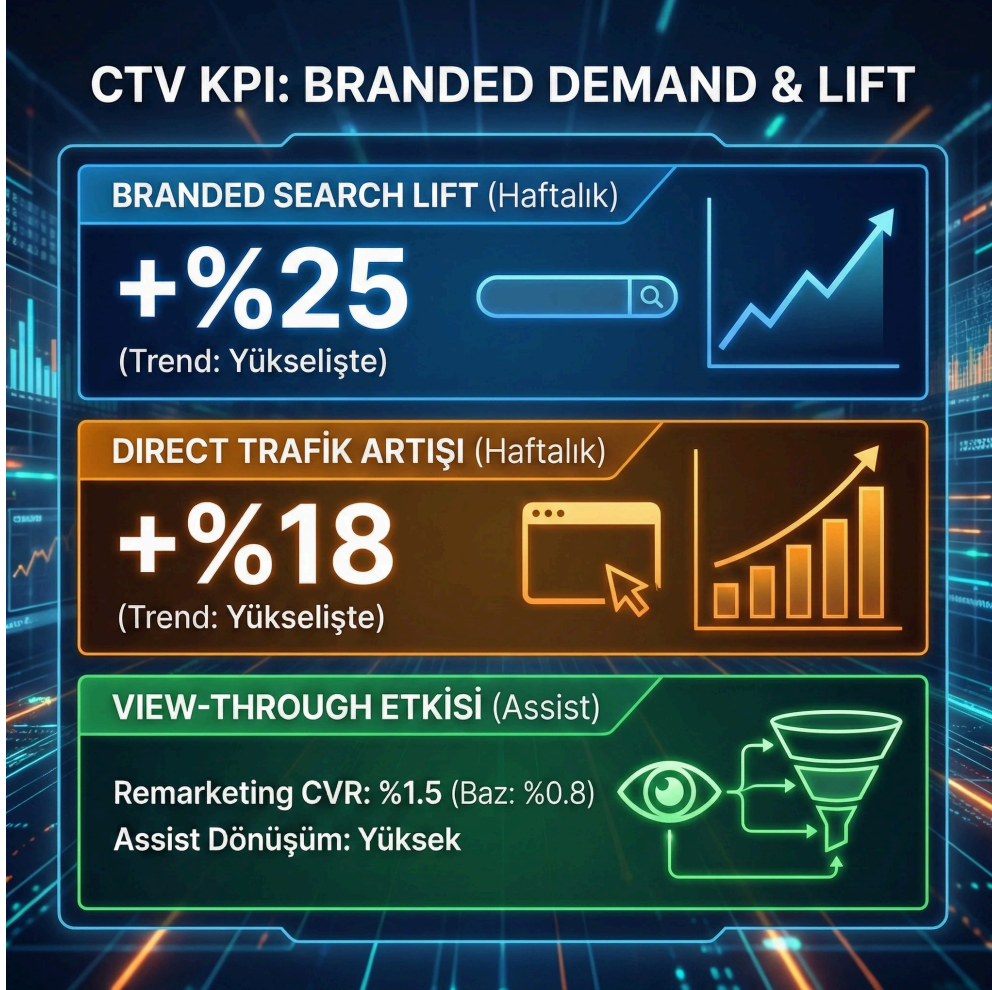


CTV Test Kampanyası Planlama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, otellerin CTV (Connected TV) ve dijital TV kampanyalarını yalnızca "tıklama" değil, marka talebi (branded demand) odaklı ölçebilmesini sağlar. Küçük bütçeli testlerle markalı arama ve doğrudan trafik üzerindeki etkiyi analiz ederek; YouTube, Arama Ağı ve Yeniden Pazarlama kanallarıyla güvenli ölçekleme yapmayı amaçlar.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama Ekibi, Ajans/Performans Uzmanları, Raporlama/BI Sorumluları ve Revenue/GM yönetimi.



“Markalı arama ve VTR artışını gösteren lift kartı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Kurulum:** 2–4 haftalık test dönemini belirleyin, hedef pazarınızı (Resort/City ayrımıyla) ve segmentinizi seçin.
- Ölçümleme:** Markalı arama trendi, doğrudan trafik ve VTR (Video Tamamlanma Oranı) gibi temel KPI'ları kontrol dönemi verileriyle kıyaslayın.
- Karar & Aksiyon:** Go/No-Go matrisini kullanarak performans sonucuna karar verin ve Arama Ağı/Hotel Ads gibi "kapanış" kanallarına bütçe aktarımı planlayın.

A) Pilot Kurulum & Ölçüm Framework

Pilot kampanyanızın iskeletini aşağıdaki kriterlere göre oluşturun:

- **Hedef:** Brand awareness (Marka bilinirliği) + Branded demand (Markalı talep oluşturma).
- **Video Seti (Varsayım):** 30s CTV ana film + 15s YouTube hatırlatıcı + 6s Bumper reklam.
- **Temel KPI'lar:**
 - **Branded Search Trendi:** Kampanya süresince markalı aramalardaki haftalık artış.
 - **Direct Trafik:** Web sitesine doğrudan girişlerdeki ivme.
 - **VTR / Completion:** Videonun sonuna kadar izlenme oranı.
 - **Remarketing Havuzu:** CTV etkisiyle büyüyen yeniden pazarlama kitle hacmi.

C) Go / No-Go Karar Matrisi

Kampanyanın devamlılığına aşağıdaki matrise göre karar verin:

Sonuç	Branded Search	Direct Trafik	VTR	Karar
Go	Artış var	Artış var	İyi	Ölçekle
Iterate	Belirsiz	Belirsiz	Orta	Kreatif/Plan Revize
No-Go	Yok	Yok	Zayıf	Durdur

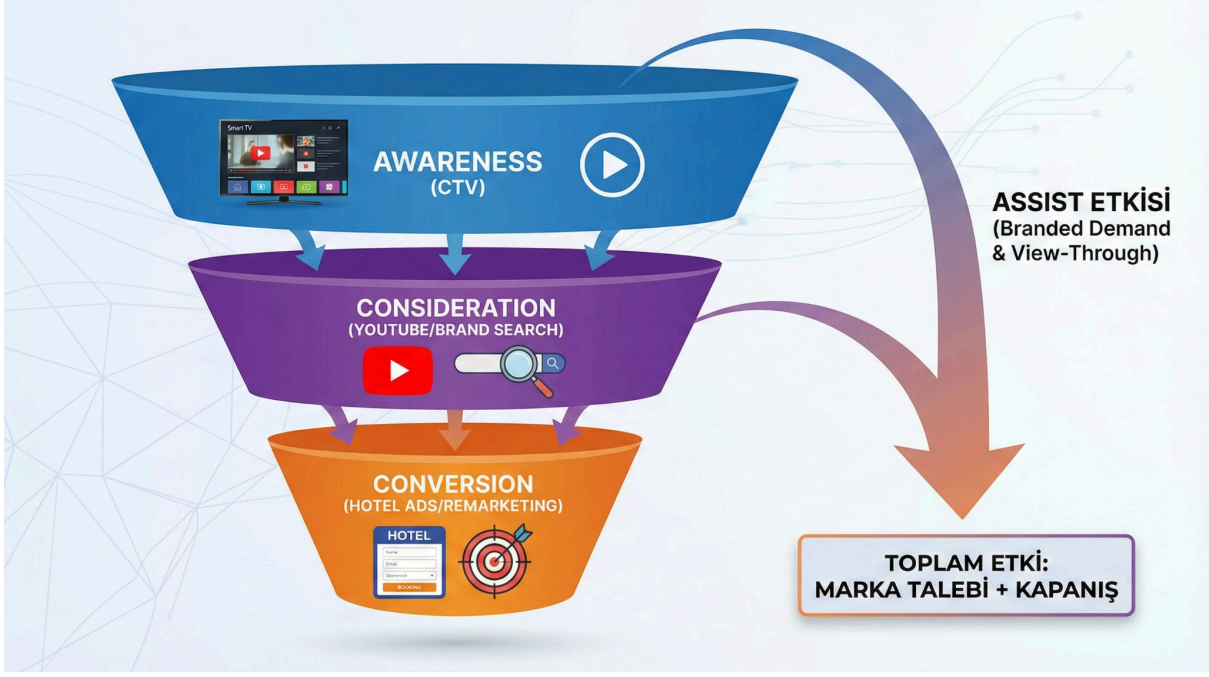
D) Orkestrasyon Planı (CTV Sonrası Kapanış)

CTV ile yaratılan talebi satışa dönüştürmek için şu kanalları senkronize edin:

- **Savunma:** Markalı arama trafiğini kaçırmamak için Google Search ve Hotel Ads bütçelerini optimize edin.
- **Yeniden Pazarlama:** CTV izleyicilerini Meta ve YouTube üzerinden özel tekliflerle takip edin.
- **Uyum:** Landing page mesajlarını CTV kreatiflerindeki "deneyim" vurgusuyla eşleştirin.

Deliverables

CTV Pilot Kurulum Kartı, Marka Etkisi (Lift) Takip Paneli, Kanal Orkestrasyon Rehberi.



“Üst huni (awareness) etkisinin alt huniye (conversion) geçişini gösteren funnel diyagramı.”

CTV UYGULAMA: 3 OTEL SENARYOSU		
SENARYO 1: RESORT ÖN-SEZON ISITMA	SENARYO 2: YENİ KONSEPT / YENİLEME	SENARYO 3: OMUZ SEZON TALEP UZATMA
<ul style="list-style-type: none"> • Hedef: Destinasyon talebi yaratma • Kullanım: CTV + Brand Savunma • KPI: Branded search artışı 	<ul style="list-style-type: none"> • Hedef: Premium algı ve duyuru • Kullanım: CTV + Remarketing • KPI: Direct trafik ve VTR 	<ul style="list-style-type: none"> • Hedef: Kısa dönem talep tetikleme • Kullanım: Kısa CTV + Search Ads • KPI: Asistli dönüşüm ve CVR

“Farklı bütçe ve pazar senaryoları için 3 aşamalı test kartı.”