

Dikkat Metrikleri Karşılaştırma & Aksiyon Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; dikkat metriklerini (dwell time, engaged view, viewable time), klasik performans KPI'ları (CTR, CVR, ROAS) ile aynı tabloda buluşturur. Özellikle üst funnel ve marka kampanyalarında kreatif rezonansını ölçmek, premium envanter seçiminde kalite sinyali üretmek ve "görünürlük mü, yoksa gerçekten izlenme mi?" sorusuna yanıt vermek için tasarlanmıştır.





Kim Kullanır?: Otel Pazarlama/Marka Ekipleri, Ajans Kreatif ve Medya Planlama Ekipleri, Performans Analistleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Veri Girişi:** Kampanya veya format bazında hem dikkat metriklerini hem de klasik performans verilerini şablona aktarın.
- Metodoloji Tanımı:** Ölçümün hangi platform veya 3. parti araçla (Moat, IAS, DoubleVerify vb.) yapıldığını metodoloji notu olarak ekleyin.
- Karar & Uygulama:** Şablondaki kurallara göre "Kreatif Yenile, Envanter Değiştir veya Ölçekle" kararını verin.

Attention → Aksiyon Karar Matrisi

Dikkat ve performans sinyallerinin kombinasyonuna göre şu stratejik kararları uygulayın:

-  **Attention Yüksek + Dönüşüm Stabil:** Kreatif rezonansı güçlü. Bütçeyi ölçekleyin ve mevcut temanın yeni varyasyonlarını üretin.
-  **Attention Düşük + CTR Düşük:** Mesaj veya görsel kullanıcıyı durduramıyor. Kreatif konsepti veya ana mesajı derhal değiştirin.
-  **Attention Yüksek + CVR Düşük:** Kullanıcı ilgiyle izliyor ama rezervasyon yapmıyor. İniş sayfası (Landing Page) uyumunu veya teklif cazibesini denetleyin.
-  **Görünürlük (Viewability) Düşük:** Reklam fiziksel olarak ekranda kalmıyor. Envanter seçimini veya yerleşim (placement) ayarlarını düzeltin.

Dikkat Analizi & Kontrol Listesi

- Ölçüm kaynağı (platform içi veya 3. parti araç) net şekilde belirtildi mi?

- [] Sezonun izlenme ve dikkat süreleri üzerindeki etkisi not edildi mi?
- [] Video ve Display (Görsel) reklamlar kendi dinamikleriyle ayrı ayrı yorumlandı mı?
- [] Alınan kararlar için 7–14 günlük bir test ve doğrulama süreci planlandı mı?
- [] Metodoloji ve örneklem farkları için zorunlu açıklama alanı dolduruldu mu?

Deliverables

KPI Karşılaştırma Tablosu, Dikkat Metrikleri Karar Matrisi, Format Bazlı Attention Raporu.



“Attention kartı; dwell time ve viewable time gibi karmaşık verileri hızlı karar için özet bir skor kartına dönüştürür.”

DİKKAT METRİKLERİ RAPORU: KALİTE SİNYALLERİ

Sol panel:

%90
Viewability



Sağ panel:

GERÇEK ETKİ

(Örn: +%25 Nitelikli izlenme
+%30 Interaction)

Dwell Time

2,31s

Engaged view
puan

%30



DGTLFACE

DGTLFACE

“İzlenme süresi arttıkça dönüşüm oranındaki değişimi gösteren korelasyon grafiği örneği.”