

# GDN Banner Set Örnek Paketi (v1.0)

**Asset Amacı:** Otel remarketing süreçlerinde GDN (Google Görüntülü Reklam Ağı) banner setlerini "tek seferde doğru" kurgulamanıza yardımcı olur. Segment, mesaj ve CTA (Eylem Çağrısı) eşleşmesini hazır bir şablonla sunarak test süreçlerini hızlandırır. Temel amaç, sadece tıklama oranı (CTR) kovalamak değil; doğru kreatif ve yayın kontrolüyle doğrudan rezervasyon katkısı yaratmaktır.

**Kim Kullanır?:** Otel Pazarlama Ekibi, Kreatif Ekip ve GDN kampanyasını yöneten Ajans Uzmanları.



## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Segmentasyon:** Üç temel segmentten (Oda, Fiyat veya Terk) birini seçin ve her biri için tek bir değer vaadi belirleyin.
2. **Üretim:** Şablondaki boş alanları (mesaj, görsel yönlendirme, landing URL) doldurarak banner setlerini üretin.
3. **Denetim & Yayın:** Marka güvenliği (brand safety), yerleşim (placement) ve frekans kontrollerini yaparak yayına alın; 14 gün boyunca KPI'lar ile izleyin.

## B) Template (Banner Planlama Şablonu)

- **Segment Adı:** \_\_\_\_\_ (Oda / Fiyat / Terk)
- **Zaman Penceresi:** \_\_\_\_\_ (Örn: 1–3 gün)
- **Tek Vaat (Value):** \_\_\_\_\_ (Örn: Esnek İptal)
- **Tek CTA:** \_\_\_\_\_ (Örn: Uygunluğu Kontrol Et)
- **Görsel Yönlendirme:** \_\_\_\_\_ (Oda / Tesis / Deneyim)
- **Landing URL:** \_\_\_\_\_ (Varış Sayfası)
- **Brand Safety Notu:** \_\_\_\_\_ (Hariç tutulacak yerleşimler)
- **Frekans Notu:** \_\_\_\_\_ (Kullanıcı başı gösterim sınırı)
- **KPI Hedefi:** \_\_\_\_\_ (CPA / Yeniden Ziyaret / Rezervasyon Adımı)



## Banner Yönetim Kuralları (5 Altın Kural)

- **Net Odak:** "Tek vaat + tek CTA" kuralını asla bozmayın.
- **Niyet Odaklı Mesaj:** Segmentin rezervasyon niyeti yükseldikçe (örn: ödeme adımıyla terk edenler), mesajı "risk azaltma" (ücretsiz iptal, güvenli ödeme vb.) odağına çekin.
- **Bütünlük:** Banner üzerinde sunulan vaat, landing page'in (varış sayfası) ilk ekranında hemen görünür olmalıdır.
- **Test Metodu:** Aynı formatla başlayıp farklı mesaj varyasyonlarını test ederek ilerleyin.
- **Denetim:** Yerleşim temizliği (placement) ve frekans kontrolü yapmadan kampanyanın performansı hakkında karar vermeyin.

## Kontrol Listesi & Deliverables

- [ ] 3 farklı segment için 3 ayrı stratejik vaat hazırlandı mı?
- [ ] Banner metinlerinin mobilde okunabilirliği teyit edildi mi?
- [ ] Görsellerin hızlı yüklenmesi için dosya boyutları optimize edildi mi?
- [ ] Negatif yerleşim ve marka güvenliği ayarları yapıldı mı?

**Teslimat Paketi:** 3 segment için banner set şablonları, marka güvenliği kontrol listesi ve 14 günlük KPI izleme planı.