

Otel Google Ads Hata Checklist (v1.0)

Asset Amacı: Otel Google Ads hesabınızı 10 temel maddede tarayarak en hızlı verim artışı sağlayan düzeltmeleri önceliklendirmenize yardımcı olur. Marka korumadan ölçümleme doğruluğuna, landing page kalitesinden sezon stratejisine kadar tüm kritik noktaları tek sayfada denetlemenizi sağlar.

Kim Kullanır?: Otel Satış-Pazarlama Ekibi, Ajans Performans Yöneticisi ve Web/IT Sorumlusu.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Denetim:** Checklist'i işaretleyerek "Kırmızı" (sorunlu) olan en kritik 5 maddeyi belirleyin.
2. **Atama:** "Problem → Kök Neden → Çözüm" tablosu üzerinden sorumluları ve aksiyonları atayın.
3. **Uygulama:** 14 günlük sprint planını takip ederek KPI'lardaki iyileşmeyi ölçün.

Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

- **Brand (Marka):** Kampanya ayrı, aktif ve koruma bütçesiyle çalışıyor.
- **Tracking:** Rezervasyon dönüşümü (Cross-domain dahil) hatasız ölçülüyor.
- **Call/WhatsApp:** İletişim butonları ölçülüyor ve doğru şekilde (Primary/Secondary) ayarlanmış.
- **Negatif Yönetimi:** Haftalık Search Terms rutini var ve kategori bazlı negatif listeler aktif.
- **UX & CRO:** Landing page tek hedefli, mobil CTA görünür ve güven sinyalleri (puan/yorum) ilk 2 ekranda.
- **Mimari & Strateji:** Sezonluk 90-60-30 planı var ve ülke/dil kampanyaları birbirinden ayrılmış.

Otel Google Ads Hızlı Sağlık Kontrolü (Quick Wins) ✓

- Brand Kampanya Ayır ve Aktif mi?
- Rezervasyon/Call Dönüşümü Doğru mu?
- Negatif KW Rutini Var mı?
- Landing İlk Ekranda Net Mesaj Veriyor mu?
- Sezon Planı Hazır mı?
- Raporlarda Brand/Generic Ayır mı?

3'ten fazla kırmızı varsa,
acil müdahale gerekir.

“Otel Google Ads kampanya hataları ve çözümleri sağlık kontrolü checklist özeti.”

Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm
CPA yükseliyor	Junk (çöp) trafik	Negatif KW + Search Terms rutini
ROAS düşüyor	Ölçüm yanlış/eksik	Conversion set + Cross-domain düzeltmesi
Brand verimsiz	Landing veya uzantı zayıf	Rezervasyon landing + Sitelink/Callout optimizasyonu
Mobil dönüşüm düşük	UX veya hız sorunları	Sticky CTA + Görsel optimizasyonu

Sezonda maliyet şişiyor	Plansız bütçe yönetimi	90-60-30 takvimi + Performansa göre bütçe kaydırma
-------------------------	------------------------	--

14 Günlük Sprint Planı (Hızlı İyileştirme)

- Gün 1-4:** Brand koruma kampanyasının açılması, dönüşüm setlerinin (Primary/Secondary) sadeleştirilmesi ve Rezervasyon Tracking QA (kalite kontrol) süreçleri.
- Gün 5-7:** Search Terms taraması ile negatif listelerin oluşturulması ve hesap mimarisinin (Brand/Generic) temizlenmesi.
- Gün 8-10:** Landing page hero görseli, CTA revizyonu ve mobil hız (CWV) kazanımları.
- Gün 11-14:** Sezonluk plan taslağının oluşturulması, KPI rapor şablonunun (Brand vs Generic) mühürlenmesi ve "Önce/Sonra" raporunun hazırlanması.

Öncesi/Sonrası KPI Tablosu

KPI	Önce	Sonra	Not
CPA (Maliyet)	TBD	TBD	2-3 aylık trend izlenir
CVR (Dönüşüm)	TBD	TBD	Landing ve mesaj etkisidir
ROAS	TBD	TBD	Gelir ölçümü varsa raporlanır
Nitelikli Dönüşüm	TBD	TBD	Call ve Rezervasyon adedi
Junk Trafik Payı	TBD	TBD	Negatif rutini sonucu düşüş izlenir

Deliverables: 10 maddelik audit sonucu, 14 günlük sprint backlog'u, negatif keyword listeleri ve KPI rapor şablonu.



“Google Ads sağlık kontrolü deliverables ve uygulama kanıtları kartı.”