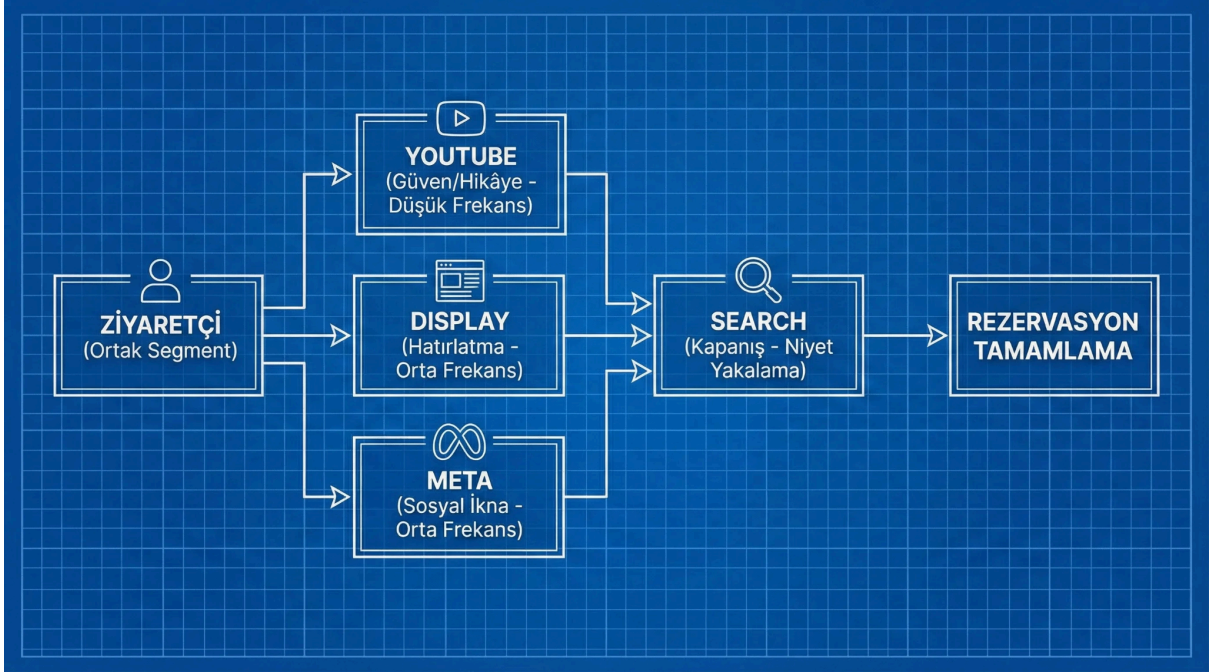


Google Ads + YouTube + Meta Remarketing Funnel Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, oteller için çok kanallı (cross-channel) remarketing planlamasını tek bir sayfada toplamanızı sağlar; ortak segmentler, kanal rolleri ve mesaj çerçeveleri aynı tabloda kurgulanır. Amacı, tek bir kanalda doyumluğa ulaşmadan, farklı formatlarla (Video, Görsel, Arama) sürdürülebilir dönüşüm üretmektir. Ayrıca attribution (ilişkilendirme) belirsizliğini, segment bazlı okuma rutiniyle yönetmenize yardımcı olur.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama ve Revenue Ekipleri, Ajans Strateji/Performans Liderleri ve Kreatif Ekipler.



“YouTube, Display ve Meta kanallarının bir otel remarketing hunisinde nasıl birlikte çalıştığını gösteren orkestrasyon diyagramı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Çekirdek Segmentleri Seçin:** Oda, fiyat veya ödeme terki (room/price/payment) gibi 2–3 ana segment belirleyin ve zaman pencerelerini (Örn: 3–7 gün) tanımlayın.
- Kanal Rollerini Atayın:** Her segmente kanal rolü (Örn: YouTube = Güven/Hikaye), mesaj çerçevesi ve tek bir aksiyon (CTA) atayın.
- 14 Günlük İzleme:** KPI trendlerini izleyerek bütçeyi en yüksek "Geri Kazanım" (Recovery) sağlayan kombinasyonlara kaydırın.

Cross-Channel Planlama Taslağı (Şablon)

Stratejinizi oluştururken şu boş alanları doldurarak ilerleyin:

A) Segment & Filtreleme

- **Segment Adı:** _____ (Room / Price / Payment / Brand search)
- **Zaman Penceresi:** _____ (1-3 / 3-7 / 7-14 gün)
- **Hariç Tutma:** Rezervasyon tamamlayanlar (Zorunlu)

B) Kanal Rol Matrisi & KPI

- **Google Search:** Niyet yakalama (Closer) → **KPI:** CPA / ROAS
- **YouTube:** Güven & Hikaye (Trust) → **KPI:** İzleme kalitesi / Assisted conversion
- **Display:** Hatırlatma (Reminder) → **KPI:** Frekans / Geri dönüş
- **Meta (FB/IG):** Teklif & Sosyal kanıt → **KPI:** Kreatif etkileşim / CPA

Cross-Channel Kurulum Checklist'i

- Segmentler 2-3 çekirdek setle (karmaşıklıktan uzak) başladı mı?
- Rezervasyon yapanlar **tüm kanallarda** hariç tutuldu mu?
- Her kanalın rolü (Hikaye anlatımı vs. Satış kapatma) net mi?
- Frekans sınırı "toplam temas hedefi" olarak kanallar arası yönetiliyor mu?
- YouTube performansı CTR ile "boğulmadan", izleme kalitesiyle ölçülüyor mu?
- UTM standartları tüm kanallarda (Ads, YT, Meta) tanımlandı mı?

Deliverables

Cross-Channel Rol Matrisi, Segment-Kanal-Mesaj Eşleştirme Tablosu, Haftalık KPI → Aksiyon Planı.

CROSS-CHANNEL KURULUM KONTROL ÇERÇEVESİ

SEGMENT & ROL (Temel)	MESAJ & ÖLÇÜM (Orkestrasyon)
<input checked="" type="checkbox"/> Ortak Segmentler (Room/Price) Tanımlı	<input checked="" type="checkbox"/> Tek Vaat + Tek CTA Tutarlı
<input checked="" type="checkbox"/> Kanal Rollerini Net (Search/Display/YT/Meta)	<input checked="" type="checkbox"/> Frekans Toplam Temas Olarak Planlı
<input checked="" type="checkbox"/> Dönüşüm Yapanlar Hariç Tutuldu	<input checked="" type="checkbox"/> KPI Rol Bazlı Seçildi (YT=Katkı)
<input checked="" type="checkbox"/> UTM Standardı Kilitli	<input checked="" type="checkbox"/> Overlap Etkisi Rapor Notu Olarak Var

**Hedef: Tek kampanya değil,
kanallar arası uyumlu orkestrasyon.**

“Çok kanallı remarketing kurulumunun hatasız ilerlemesi için kritik adımları özetleyen strateji kartı.”