

Kısa vs Uzun Video Planlama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, otel YouTube video portföyünüzü süreye göre değil, doğrudan hedef ve funnel aşamasına göre planlamanızı sağlar. 6, 15 ve 30–90 saniyelik videoların rollerini netleştirerek; farkındalık (awareness), değerlendirme (consideration) ve dönüşüm (conversion) adımlarını tek bir stratejik düzlemde birleştirir.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama Ekibi, Ajans Stratejistleri/Performans Ekipleri ve Kreatif Prodüksiyon Ekipleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Hedef Belirleme:** Kampanya amacınızı (Farkındalık, Değerlendirme veya Dönüşüm) seçerek başlayın.
- Mesaj Kurgusu:** Her huni (funnel) aşaması için uygun süreyi ve o sürenin taşıyacağı tekil vaadi (unique value proposition) doldurun.
- Dağıtım & Kırpım:** Ana videodan (long-form) elde edilecek kısa formatlı (Bumper/Shorts) kırpımları işaretleyin ve CTA aksiyonlarını tanımlayın.

TEMPLATE (Kopyala-Kullan)

- Otel Tipi:** Resort City Butik
- Pazar/Ülke:** _____ **Sezon:** Öncesi Sırası Sonrası
- Ana Konsept (Tek Cümle):** _____

Funnel	Video Süresi	Mesaj (Tek Vaat)	Kanıt Sahnesi	CTA	Kanal/Format
Upper	6 sn	—	—	—	Bumper/Shorts
Mid	30–60 sn	—	—	—	Long form
Low	6–15 sn	—	—	—	Remarketing

Kırpım Planı (Shot List):

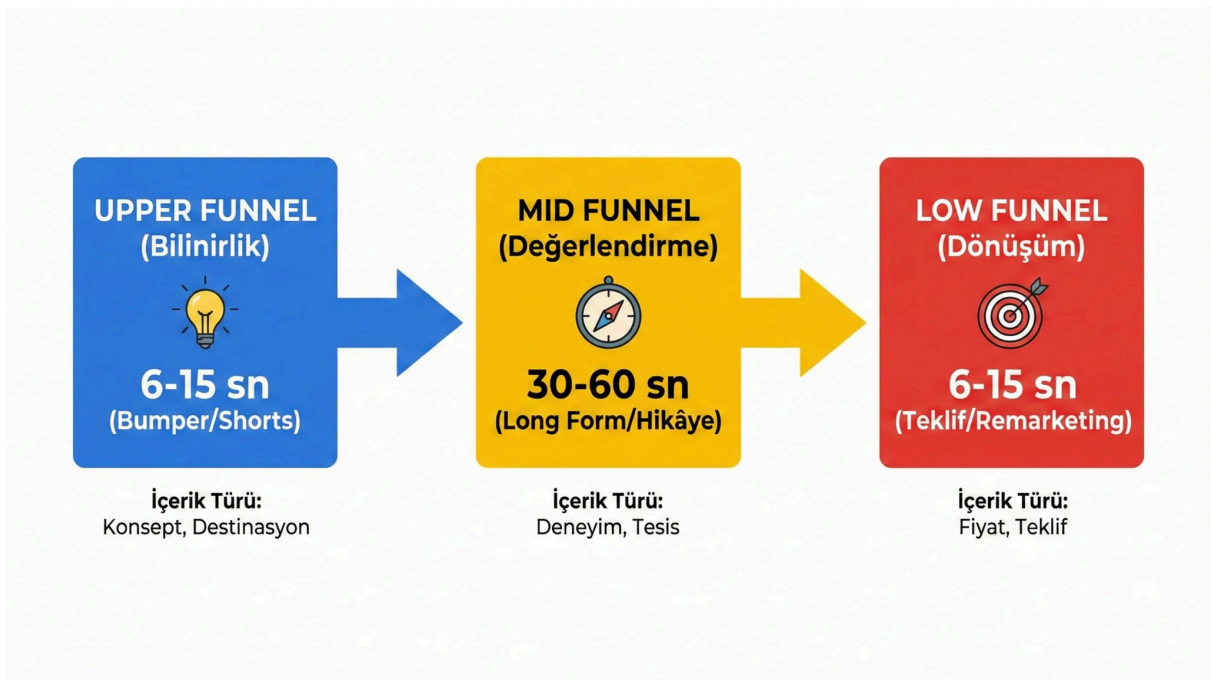
- Long form'dan çıkarılacak **15 sn** varyantı: _____
- Long form'dan çıkarılacak **6 sn** varyantı: _____

Kontrol Listesi

- [] Planlamayı süre odaklı değil, hedef odaklı yaptım.
- [] Her video varyantı için sadece "tek bir vaat" belirledim.
- [] İlk 5–10 saniyenin dikkat çekici (hook) olduğundan eminim.
- [] CTA (Aksiyon Çağrısı) her aşamada tek bir net eyleme odaklı.

Deliverables

Portföy Planı (1 sayfa), Storyboard/Shot List ve 6/15/30+ Varyant Listesi.



“Funnel aşamalarına göre ideal video süre dağılımını ve bu sürelerin performans metrikleri (View Rate vs. CPA) üzerindeki etkisini gösteren karşılaştırma diyagramı.”