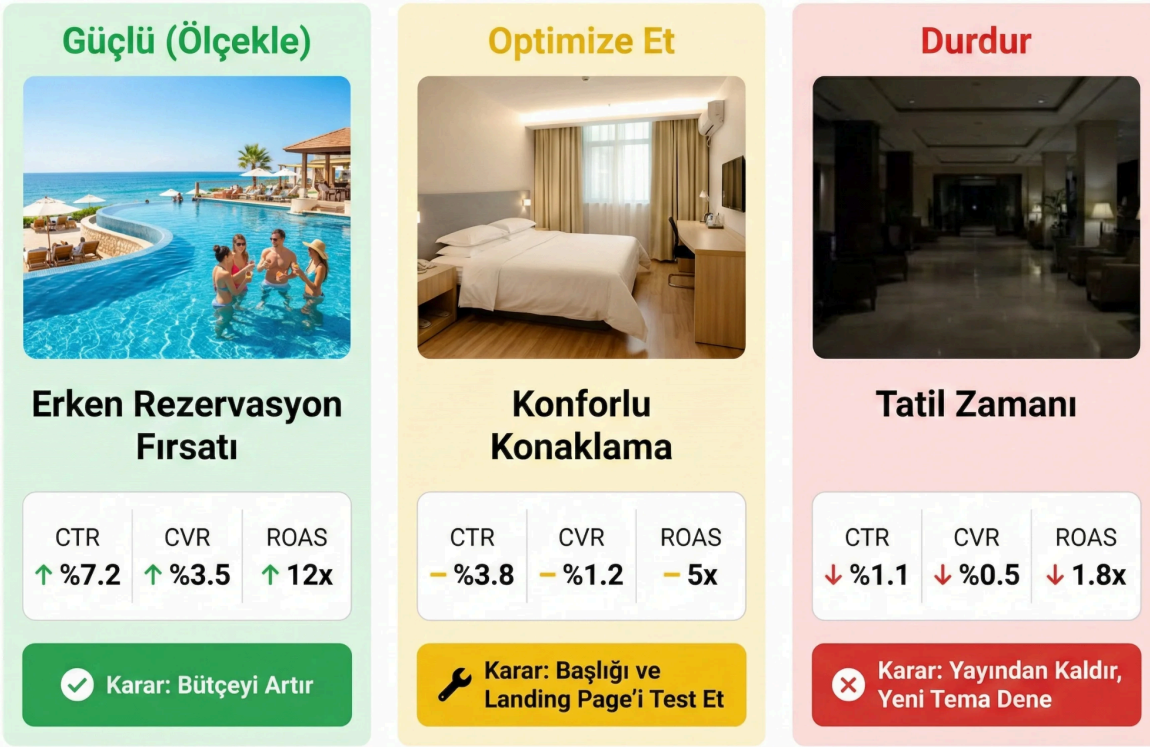


Kreatif Performans Karşılaştırma & Test Planı (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; Google Ads ve Meta platformlarındaki kreatifleri oda, havuz, destinasyon veya teklif gibi temalar bazında sınıflandırır. Tıklama Oranı (CTR), Dönüşüm Oranı (CVR) ve ROAS metriklerini kıyaslayarak "durdur, optimize et veya ölçekle" kararlarını hızlandırır; 14 günlük "Test & Learn" döngüsüyle kreatif rotasyonunu standardize eder.

Kim Kullanır?: Ajans Performans Ekipleri, Otel Pazarlama Ekipleri ve Kreatif Tasarım Ekipleri.

Kreatif Kıyaslama: İyi, Orta, Zayıf Örnekler



“İyi, orta ve zayıf kreatif örnekleri; ekibin görsel kıyaslama yaparak performansı anlamasını hızlandırır.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Envanter & Veri:** Kreatiflerinizi tema etiketleriyle (ör. Balayı Odası, Erken Rezervasyon) listeleyin ve güncel performans verilerini girin.

2. **Karar Matrisi:** Metriklere göre kreatifleri sınıflandırın; cihaz (Mobil/Desktop) ve kampanya türü (Brand/Generic) notlarını ekleyin.
3. **Döngü:** 14 günlük test planını uygulayarak yeni varyasyonları yayınlayın ve elde edilen öğrenimleri bir sonraki brief'e aktarın.

Kreatif Performans Karar Kuralları

Metrik Sinyali → Kök Neden → Stratejik Aksiyon

Kreatif performansını şu mantık çerçevesinde optimize edin:

- **Düşük CTR:** Kreatif dikkat çekmiyor veya hedef kitleyle uyumsuz; çözüm "Kreatifi/Görseli Değiştirmektir".
- **İyi CTR, Düşük CVR:** Kreatif vaadi ile iniş sayfası (Landing Page) veya teklif uyuşmuyor; çözüm "Sayfa veya Teklif Uyumu" kontrolüdür.
- **İyi CVR, Düşük ROAS:** Dönüşüm var ancak maliyet yüksek veya sepet tutarı düşük; çözüm "Segment veya Ekonomi Kontrolüdür".
- **İyi ROAS, Düşük Hacim:** Kreatif başarılı ancak bütçe veya kitle kısıtlı; çözüm "Kontrollü Ölçekleme" (Scaling) yapmaktır.

14 Günlük Kreatif Test & Learn Planı

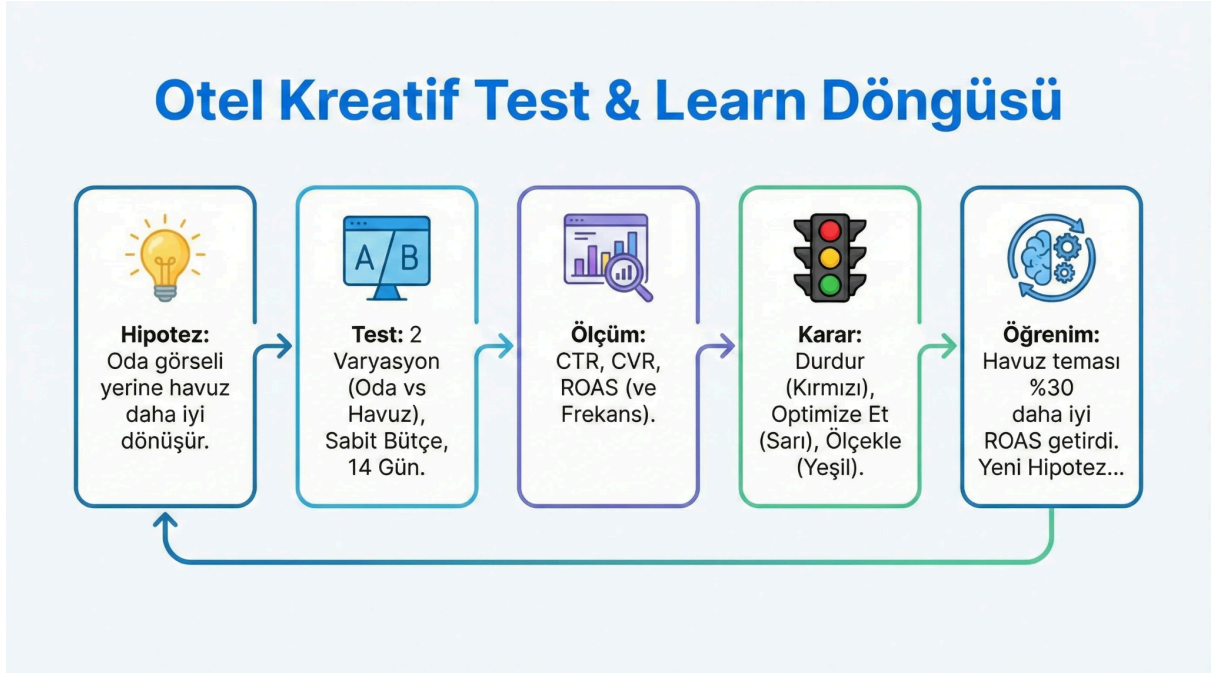
- **Gün 1–4 (Üretim):** Hipotez oluşturma, 2–3 yeni varyasyon brief'inin verilmesi ve teknik (dosya ağırlığı/safe area/politika) kontrollerin yapılması.
- **Gün 5–10 (Yayın & İzleme):** Yeni kreatiflerin tema ve brand/generic etiketleriyle yayına alınması; frekans ve performans metriklerinin takibi.
- **Gün 11–14 (Karar & Backlog):** Mevcut kreatifler için durdur/ölçekle kararlarının verilmesi, öğrenimlerin dokümanite edilmesi ve yeni test listesinin (backlog) hazırlanması.

Teknik Uygunluk & Kontrol Listesi

- Dosya ağırlıkları ve boyutlar platform standartlarına uygun mu?
- Metin yoğunluğu ve reklam politikası uyumu kontrol edildi mi?
- Mobilde "Safe Area" (Güvenli Alan) ve kırpma payları doğru mu?
- CTA (Harekete Geçirici Mesaj) net ve görünür mü?
- Elde edilen öğrenimler yeni tasarım brief'lerine geri işlendi mi?

Deliverables

Kreatif Envanteri, Teknik Uygunluk Kontrolü, 14 Günlük Test Planı, Öğrenim Dokümantasyonu.



“Test & Learn döngüsü şeması; kreatif öğrenim sürecini bir defaya mahsus olmaktan çıkarıp standartlaştırır.”