

# Landing + Ads KPI Birleşik Rapor Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon; Google Ads metriklerini (CTR, CPA, ROAS), GA4 iniş sayfası verileriyle (Hemen Çıkma/Bounce, Etkileşim/Engagement, Scroll, Cihaz) tek bir tabloda birleştirir. "Tıklama var ama dönüşüm yok" senaryosunda sorunun trafik kalitesinden mi yoksa web sitesindeki UX (Kullanıcı Deneyimi) engellerinden mi kaynaklandığını anında teşhis etmenizi sağlar.

**Kim Kullanır?:** Otel Pazarlama Ekipleri, SEM Uzmanları, Web/UX Geliştiriciler ve İçerik Ekipleri.



“Ads → Landing → Dönüşüm akış diyagramı; kullanıcı yolculuğundaki kopuklukları ve teşhis noktalarını görselleştirir.”

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Veri Birleştirme:** Kaynak, kampanya ve iniş sayfası (URL) kombinasyonlarını listelemek için ilgili reklam (Ads) KPI'larını girin.
- Davranış Analizi:** GA4 üzerinden bu sayfalara ait etkileşim ve cihaz kırılımı verilerini tabloya ekleyin.
- Teşhis & Aksiyon:** "İyileştir, Değiştir veya Test Et" kararını vererek UX ekibi için bilet oluşturun; 7–14 gün sonra değişimi yeniden ölçün.

## On-site Teşhis & Karar Kuralları

Veri sinyallerine göre sorunun kaynağını şu şekilde tespit edin:

- 🚩 **Yüksek CTR + Yüksek Bounce:** Reklam vaadi ile sayfa içeriği uyumsuz veya sayfa açılış hızı çok düşük. **Aksiyon:** Vaat-içerik uyumu veya hız optimizasyonu.
- ⚠️ **Yüksek CTR + İyi Etkileşim + Düşük CVR:** Kullanıcı sayfada vakit geçiriyor ama rezervasyon yapamıyor. **Aksiyon:** Form/CTA (Harekete Geçirici Mesaj) sürtünmesini azaltın.
- 📊 **Düşük CTR + Normal Bounce:** Sayfada sorun yok, reklam kreatifi veya mesajı ilgi çekmiyor. **Aksiyon:** Kreatif/Mesaj testi yapın.
- 📱 **Mobil Kötü + Masaüstü İyi:** Sayfa mobil uyumlu değil veya mobil ödeme/rezervasyon adımları sorunlu. **Aksiyon:** Mobil UX önceliği verin.

## UX Geri Besleme Bileti (Örnek)

Teşhis sonrası ilgili ekiplere şu formatta net iş emirleri iletebilirsiniz:

- **Problem:** Balayı paketleri reklamında mobil dönüşüm oranı masaüstünün %70 altında.
- **Hipotez:** Mobil cihazlarda "Rezervasyon Yap" butonu ilk ekranda (above the fold) görünmüyor.
- **Önerilen Değişiklik:** Butunun mobil görünümde sabit (sticky) hale getirilmesi.
- **Ölçüm Planı:** Değişiklik sonrası 10 gün boyunca mobil CVR takibi.

## Kontrol Listesi (Checklist)

- [ ] UTM parametreleri ve kampanya isimleri standartlara uygun mu?
- [ ] GA4 event'leri (Scroll, Form Gönderimi, Booking Step) doğru tetikleniyor mu?
- [ ] Raporda mutlaka cihaz (Mobil/Desktop/Tablet) kırılımı var mı?
- [ ] Mevsimsel etkileri dışlamak için "Sezon Notu" eklendi mi?
- [ ] Aksiyon sonrası için 7-14 günlük "Yeniden Ölçüm" takvimi planlandı mı?

## Deliverables

Birleşik Performans Tablosu, Teşhis Kartları, UX Geri Besleme Bilet Şablonu.