

# Lift Test Sonuç Raporu & Sunum Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, lift test (artan etki) sonuçlarını test ve kontrol grubu karşılaştırmasıyla tek bir tabloda toplar. Reklamın sadece "asist" mi yaptığı yoksa "yeni/ek" rezervasyon mu getirdiğini ispatlar. Sonuçları sadece teknik bir yüzde olarak değil; süre, hacim, güven notu ve bütçe karar önerisiyle birlikte yönetime sunulabilir bir pakete dönüştürür.

**Kim Kullanır?:** Otel Pazarlama & Revenue Ekipleri, Ajans Performans Uzmanları ve Yönetim Raporu Hazırlayan Analistler.



“Test–kontrol akış diyagramı; reklamın yarattığı ek değeri görselleştirerek sunumun ikna gücünü artırır.”

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Kurgu Tanımlama:** Test ve kontrol gruplarını, test dönemini ve ana KPI'ları (Rezervasyon/Gelir) şablona işleyin.
- Hesaplama & Güven Analizi:** Gruplar arasındaki farkı ve Lift % değerini hesaplayın; veri hacminin ve sürenin yeterliliğine göre bir "Güven Notu" atayın.
- Yönetici Özeti:** "Ne test ettik? – Ne gördük? – Ne yapıyoruz?" formatındaki 3 cümlelik stratejik özetini oluşturun.

## Test Tanımı & Kapsam

Lift testinin geçerliliğini korumak için şu parametreleri netleştirin:

- **Test Tipi:** Coğrafi (Geo), Holdout (Grup Bazlı) veya Platform Lift (Google/Meta).
- **Değişkenler:** Test boyunca pazar karması veya ADR (Ortalama Oda Fiyatı) gibi dış etkenlerin etkisini not edin.
- **Ölçüm Kaynağı:** Verinin doğruluğu için PMS veya GA4 kaynaklarından hangisinin baz alındığını belirtin.

## Risk Kontrol (Validity) Checklist'i

Test sonuçlarına güvenmeden önce bu 5 kritik noktayı onaylayın:

- **Süre:** Test, otelin rezervasyon döngüsünü kapsayacak kadar uzun mu?
- **Hacim:** İstatistiksel olarak anlamlı sonuç verecek rezervasyon sayısına ulaşıldı mı?
- **Benzerlik:** Test ve kontrol grupları başlangıçta birbirine benzer davranış sergiliyor mu?
- **İzolasyon:** Test süresince grupları etkileyecek büyük bir kampanya değişikliği yapıldı mı?
- **Netlik:** Ölçüm kaynağı (PMS/GA4) net ve iki grup için de aynı mı?

## Yönetim Sunum Kartı (3 Cümle Kuralı)

Teknik detayları stratejik bir karara dönüştürün:

1. **Ne Test Ettik?:** "X bölgesi için YouTube reklamlarının doğrudan satışa etkisini 14 gün boyunca ölçtük."
2. **Ne Gördük?:** "Reklam gösterilen grupta, gösterilmeyen gruba göre %12 oranında daha fazla ek rezervasyon (lift) saptadık."
3. **Ne Yapıyoruz?:** "YouTube bütçesini %20 artırarak bu pazarda ölçeklenmeye devam ediyoruz."

## Deliverables

Test Sonuç Tablosu, Lift Hesaplama Modülü, 3 Cümlelik Yönetim Sunum Şablonu, Güven Skoru Kartı.



“Test ve kontrol grubu arasındaki performans makasını gösteren profesyonel sütun grafik örneği.”