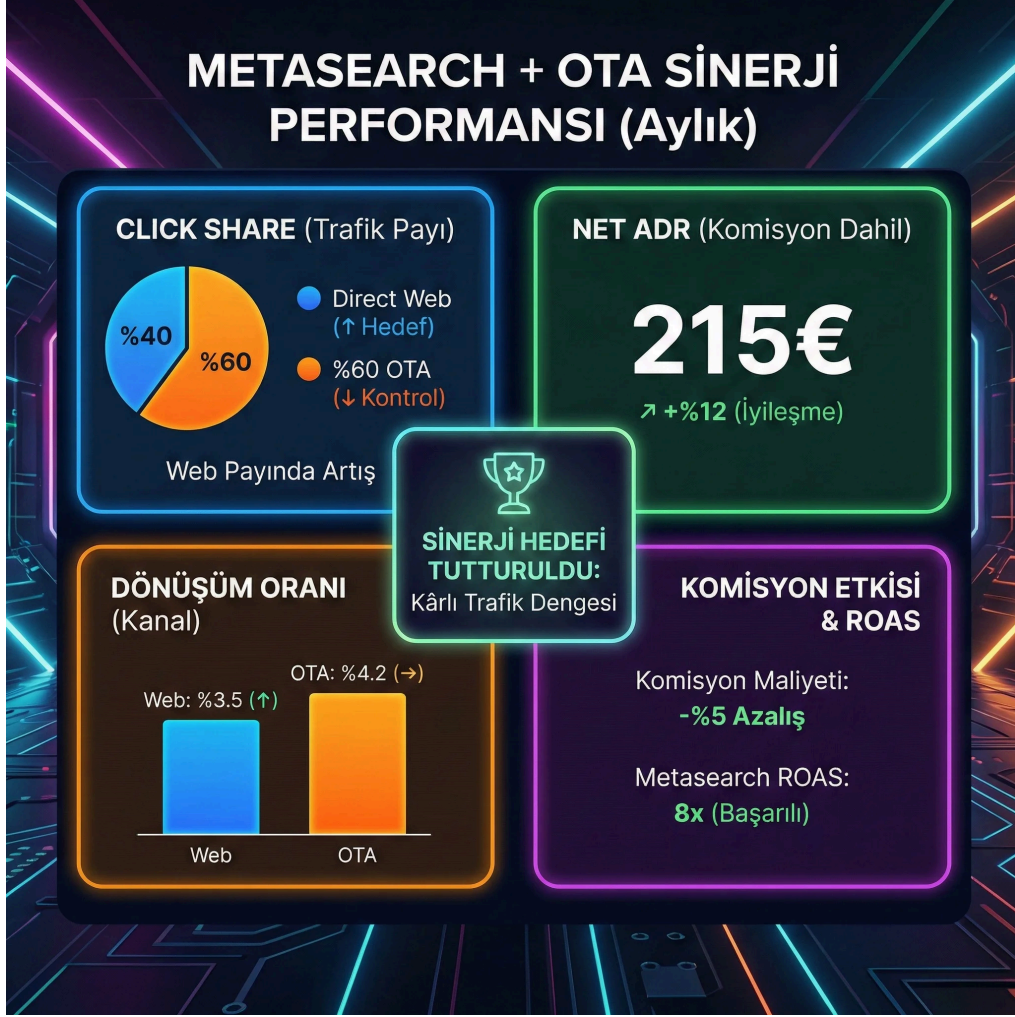


# Metasearch–OTA Trafik & Bütçe Dağılımı (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, metasearch kanallarında doğrudan (direct) web sitesi ve OTA linklerini aynı vitrinde yönetmek için tıklama payı (click share) hedefi, bütçe/teklif planı ve KPI panelini birleştirir. Amacı, trafiği bilinçli şekilde dağıtırken fiyat paritesini ve komisyon maliyetlerini kontrol altında tutmaktır. UTM ve feed (veri akışı) doğrulama adımlarıyla ölçülebilir bir optimizasyon döngüsü kurar.

**Kim Kullanır?:** Revenue, Performans Pazarlama, Kanal Yöneticisi ve Ajans Ekipleri.



“Tıklama payı ve net ADR verimliliğini bir arada gösteren metasearch optimizasyon paneli.”

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Hedefleme:** Web sitesi ve OTA arasındaki tıklama payı (click share) hedefinizi dönemsel stratejinize (Pik/Omuz) göre belirleyin.
- Teknik Kurulum:** Veri akışı (feed) doğruluğunu kontrol edin ve UTM standartlarını uygulayarak kampanyayı başlatın.
- Optimizasyon:** 14–30 günlük verileri analiz ederek bütçe, teklif stratejisi ve link karmasını revize edin.

## Şablon İçeriği (Doldurulabilir Alanlar)

### A) Dönem ve Click Share Hedefi

- **Dönem:** [Pik] [Omuz] [Düşük].
- **Stratejik Hedef:** [Direct Büyüt] [OTA Hacmi Artır] [Dengele].
- **Hedef Pay:** Web %\_\_\_ / OTA %\_\_\_.

### B) Teknik & Link Yapısı

- **Feed Kaynağı / Doğrulama Rutini:** [PMS] [Channel Manager] | [Haftalık] [Günlük].
- **UTM Standardı:** source=\_\_\_ / medium=\_\_\_ / campaign=\_\_\_.
- **Direct Ayırtıcı Mesaj:** (Fiyat yerine fayda odaklı; örn: "Ücretsiz İptal + Erken Check-in").

## Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm
Düşük Web Tıklaması	Zayıf teklif / Yanlış feed	Tıklama payı (Click Share) analizi + Teklif artışı
Feed/Fiyat Hatası	Senkronizasyon kaybı	Günlük feed doğrulama + Tek kaynak CM kuralı
Yüksek Komisyon	OTA link önceliği	Direct link bütçe önceliği + Fayda iletişimi
Ölçüm Eksikliği	UTM standart hatası	UTM şablonu zorunluluğu + GA4 entegrasyonu

## Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

1. **Hedef Odaklılık:** Net bir tıklama payı (click share) hedefiniz yoksa bütçeyi verimli yönetemezsiniz.
2. **Önce Teknik:** Feed (fiyat/müsaitlik akışı) hatalıysa bütçeyi artırmayın; önce veriyi düzeltin.
3. **Fiyat Paritesi:** Doğrudan kanalı fiyat indirimiyle değil, "fayda" ile ayırıştırarak parity riskinden kaçının.
4. **İzleme Standartı:** UTM kullanmadan doğrudan web performansını sağlıklı göremezsiniz; standartları esnetmeyin.
5. **Dinamik Test:** Her 14–30 günde bir KPI eşiklerine göre teklifleri ve bütçe dağılımını güncelleyin.

## Metasearch KPI Paneli (Örnek Şablon)

Metrik	Mevcut Durum	Hedef	Fark
Web Click Share (%)	_____	_____	_____
OTA Click Share (%)	_____	_____	_____
Net ADR Etkisi	_____	_____	_____
Komisyon Tasarrufu	_____	_____	_____

### Deliverables

Feed/UTM Kontrol Listesi, Dönemsel Bütçe Matrisi, Metasearch Performans Rapor Formatı.



“Hatasız bir metasearch kurulumu için feed ve UTM standartlarını içeren teknik kontrol listesi.”