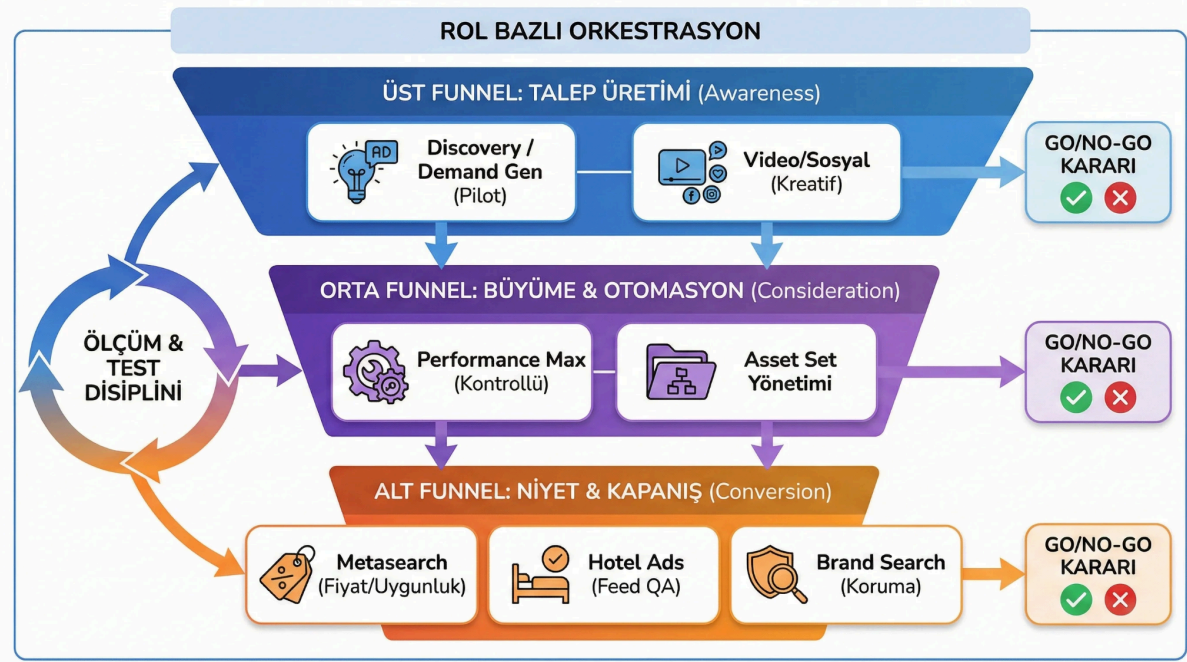


Metasearch + PMax + Yeni Formatlar Test & Öncelik Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, otellerin 2026 kanal planlamasında yeni formatları bir "deneme-yanılma" refleksi yerine, net tanımlanmış roller ve önceliklerle test etmesini sağlar. Pilot bütçe yönetimi, KPI setleri ve "Go/No-Go" karar çerçevesini tek bir tabloda birleştirerek, daha az formatla daha derinlemesine ve kârlı testler yapmayı kolaylaştırır.

Kim Kullanır?: Otel Sahibi/GM, Satış-Pazarlama Yöneticileri, Ajans/Performans Uzmanları, Revenue ve Raporlama Ekipleri.



“Yeni kanal formatlarının otel satış hunisindeki (awareness -> close) konumlarını gösteren funnel şeması.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Stratejik Tanımlama:** Otelinizin ana hedefini ve mevcut sezon etiketini (Yüksek/Omuz/Düşük Sezon) belirleyin.
- Rol & Bütçe Atama:** Her reklam formatı için (Metasearch, PMax, Demand Gen vb.) spesifik bir "Rol", "Pilot KPI" ve "Bütçe Limiti" tanımlayın.
- Karar Mekanizması:** 2-4 haftalık test sürecinin sonunda "Go/No-Go" matrisini kullanarak kazanan kanalları kademeli olarak ölçekleyin.

A) Rol Bazlı Format Plan Tablosu (Kopyala-Uyarla)

Kanal bazlı testlerinizi aşağıdaki yapılandırmaya göre planlayabilirsiniz:

Format	Rol	Pilot Hedefi	Süre	Ana KPI	Go/No-Go Kriteri	Not
Metasearch	Close (Kapanış)	Görünürlük + Niyet	2-4 hf	Rezervasyon/Gelir	Feed hatası yok + Verim	Feed QA
PMax	Growth (Büyüme)	Otomasyonlu Büyüme	2-4 hf	ROAS Trendi	Stabil ROAS + Hacim	Asset set
Demand Gen	Upper (Üst Huni)	Talep Üretimi	2-4 hf	Branded Search/Direct	Lift var	Kreatif
Discovery	Upper/Mid	Keşif	2-4 hf	Engagement	Kalite Sinyali	Pilot

B) "Açmadan Önce Sor" Checklist

- Hedef Net mi?:** Kampanyanın amacı (Bilinirlik/Kapanış) kesin olarak belirlendi mi?
- Ölçüm Hazır mı?:** GA4, UTM standartları ve raporlama dashboard'u entegrasyonu tamam mı?
- Teknik Uygunluk:** Metasearch veya PMax için Feed/PMS senkronizasyonu hatasız mı?
- Kreatif Set:** Görsel ve metin varlıkları reklam formatının gerekliliklerine uygun mu?
- Karar Kriteri:** Test sonunda "başarılı" sayılacak değer (Go/No-Go eşiği) önceden yazıldı mı?

C) Go / No-Go Karar Matrisi

Test sonuçlarını aşağıdaki kısa çerçeveye göre değerlendirin:

- Go:** Belirlenen KPI hedefine ulaşıldı, veri kalitesi yüksek ve kanalın rolü stratejiyle uyumlu.
- Iterate:** KPI belirsiz ise; kreatif veya landing page gibi tek bir değişkeni düzelterek testi yineleyin.
- No-Go:** Sinyal kalitesi düşük ve maliyetler (CPA) hedefin çok üzerindeyse kanalı kapatın.

Deliverables

2026 TEST ÖNCELİKLERİ & HAZIRLIK CHECKLIST

ÖNCELİKLİ TEST SIRASI (Pilot)	AÇMADAN ÖNCE SOR (Kritik)
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Metasearch Feed QA (Temel)	<input checked="" type="checkbox"/> Hedefim Net mi? (Rol)
<input checked="" type="checkbox"/> 2. Brand Savunma & Search	<input checked="" type="checkbox"/> Ölçüm Hazır mı? (KPI)
<input checked="" type="checkbox"/> 3. PMax Pilot (Varlık Kontrolü)	<input checked="" type="checkbox"/> Feed/Kreatif Doğru mu?
<input checked="" type="checkbox"/> 4. Discovery/Demand Gen Pilot	<input checked="" type="checkbox"/> Go/No-Go Kriterim Yazılı mı?

ÖZET: Sırayla Git, Ölçerek Büyüt!

“Kanal bazlı test önceliklerini ve bütçe dağılımını özetleyen görsel kart.”