

Otel Türüne Göre Kampanya Playbook (v1.0)

Asset Amacı: Bu mini rehber; resort, şehir, lüks veya butik otel tiplerine özel Google Ads kampanya karmalarını hazır şablonlar halinde sunar. Hangi kampanyanın hangi sırayla aktif edileceğini ve ölçümleneceğini 10 dakikada netleştirir.

Kim Kullanır?: Otel Satış-Pazarlama Ekipleri, Genel Müdürler veya Ajans Performans Yöneticileri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Seçim:** Otel tipinizi ve hedef pazarınızı (TR/DE/RU gibi) belirleyin.
- Kurgu:** İlgili kampanya kombinasyonunu seçerek landing page ve mesaj eşleşmelerini tamamlayın.
- Analiz:** 30 günlük uygulama sonunda KPI paneli verilerine göre bir optimizasyon backlog'u oluşturun.

Mini Rehber İçeriği (5 Bölüm)

- Bölüm 1 - Temel Set:** Tüm oteller için değişmez üçlü; Brand Search, Generic Search ve Remarketing.
- Bölüm 2 - Otel Tipi Mix:** Resort, City, Luxury ve Butik oteller için özelleşmiş kampanya kombinasyonları.
- Bölüm 3 - Pazar & Sezon:** Antalya-Belek yüksek sezonu, Bodrum premium mesajları ve düşük sezon daraltma stratejileri.
- Bölüm 4 - Kreatif & Mesaj:** Konsept vaadi, risk azaltıcı unsurlar ve landing page ilk ekran yerleşimi.
- Bölüm 5 - Ölçüm Paneli:** CPA, ROAS, doluluk oranı ve remarketing'in satışa katkısı.

10 Maddelik Hızlı Kazanım (Checklist)

- Brand (Marka) kampanyasını ayrı bir yapıda sabitleyin.
- Generic aramaları destinasyon ve konsept kısıllığıyla daraltın.
- Remarketing sürecini 2–3 temel segmentle başlatın.
- Resort otellerde YouTube'u "konsept anlatımı" için konumlandırın.
- Luxury segmentinde hikâye anlatımı ve deneyim odaklı mesajlar kurun.
- Şehir otellerinde (City) konum ve iş seyahati niyetini ayrı temalarla işleyin.
- Teknik altyapı hazırsa Hotel Ads (Fiyat eklentileri) kullanın.
- Sezon açılışından 6–8 hafta önce hazırlık sprint'i başlatın.
- Her kampanya için tek bir ana landing page belirleyin.
- İlk 30 günde rapor çıkarıp 90 günlük gelişim planını yazın.

Sık Hata & Çözüm Tablosu

| Hata | Kök Neden | Çözüm |
|---------------------------|---|---|
| Bütçe Dağılımı | Tüm kampanyaları aynı anda açmak. | Temel setten destek kampanyalara doğru kademeli geçiş. |
| Geniş Hedefleme | Generic kampanyaları çok geniş tutmak. | Destinasyon ve konsept odaklı niyet kümeleri oluşturma. |
| Sıkıcı Remarketing | Agresif ve darlayıcı frekans kullanımı. | Segment bazlı frekans kontrolü ve kreatif rotasyonu. |

Sonraki Adım

30 günlük uygulama sonrası bir "Kampanya Mix Raporu" oluşturun. Stratejinizi derinleştirmek isterseniz:

Primary CTA: [Oteliniz İçin Kampanya Strateji Call'u Planlayın] — 90 günlük performans planını uzmanlarımızla netleştirin.