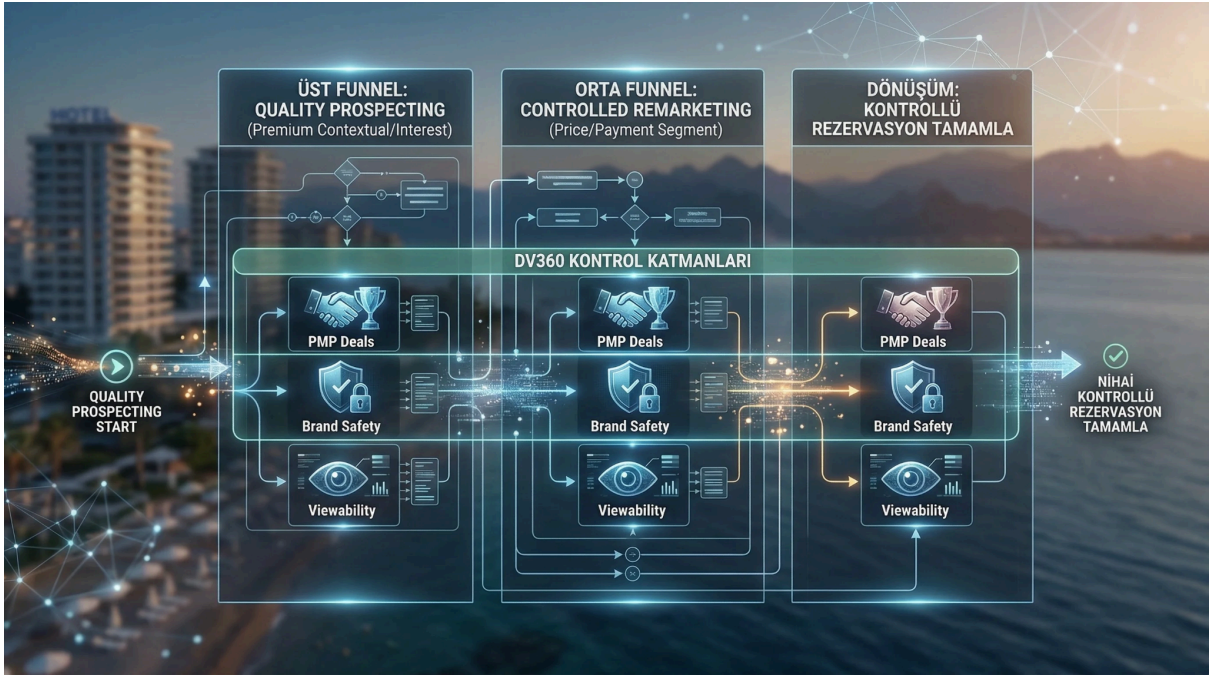


# Programatik vs GDN Karar Rehberi ve Örnek Funnel (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu mini rehber, otellerin GDN'den programatiğe geçiş kararını "hazır olma" kriterleriyle (premium envanter, PMP, marka güvenliği, çoklu ülke yönetimi vb.) vermesini sağlar. Amaç, bütçe ve uzmanlık gereksinimlerini değerlendirerek en doğru MVP (Minimum Uygulanabilir Ürün) pilot funnel'ını seçmektir. Rehber ayrıca, GDN ve programatiğin birlikte kullanıldığı "hibrit modeli" pratik bir geçiş yolu olarak tanımlar.

**Kim Kullanır?:** Zincir/Grup Otel Pazarlama Liderleri, Ajans Programatik/Performans Ekipleri ve Raporlama Sorumluları.



"DV360 tabanlı otel programatik funnel akışını ve segment-envanter eşleşmesini gösteren teknik diyagram."

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Hazır Olma Skoru:** Mevcut altyapınızı (etkinlik takibi, segment disiplini, kreatif setleri) rehberdeki sorularla puanlayın.
2. **MVP Seçimi:** Otelinizin önceliğine göre "Premium Remarketing" veya "Premium Prospecting" pilot funnel'larından birini seçin.
3. **Karar Döngüsü:** 30 günlük KPI kıyaslaması yaparak ölçekleme, sadeleştirme veya hibrit modele dönme kararını verin.

## Mini Guide — 5 Stratejik Bölüm

1. **Geçiş Zamanlaması:** Premium envanter ihtiyacı, sıkı marka güvenliği (brand safety) ve çoklu ülke operasyonu varsa geçiş gereklidir; ancak küçük havuz ve zayıf teknik altyapı varsa erkendir.
2. **GDN vs Programatik:** GDN hızlı kurulum ve geniş ölçek sunarken; Programatik, PMP (Özel Pazaryeri) erişimi, daha sıkı kontrol ve premium envanter sağlar.
3. **MVP Pilot Seçenekleri:** Kaliteli envanterde ödeme/fiyat segmentine odaklanan "Premium Remarketing" veya marka görünürlüğünü hedefleyen "Premium Prospecting".
4. **KPI Seti:** Remarketing için CPA/ROAS odaklı; Prospecting için kaliteli trafik ve görünürlük (viewability) odaklı, esnek CPA beklentili raporlama.
5. **30 Günlük Karar:** Kazanan envanteri ölçekleyin, erişim darsa filtreleri gevşetin, operasyon yükü fazlaysa hibrit modelle devam edin.

## 3 Sık Hata ve Çözümü

- **Hata:** Programatiği "ucuz tıklama" kaynağı sanmak. → **Çözüm:** Kalite ve görünürlük (viewability) KPI'larıyla yönetin.
- **Hata:** Teknik altyapı (event/segment) hazır olmadan geçmek. → **Çözüm:** Önce audit süreçlerini tamamlayıp pilotla başlayın.
- **Hata:** Aşırı kısıtlayıcı filtrelerle erişimi öldürmek. → **Çözüm:** Kademeli filtreleme uygulayın ve 7-14 günlük periyotlarla kıyaslayın.

## 10 Maddelik Hızlı Kazanım (Quick Wins)

- [ ] GDN raporundaki ilk 10 israf kaynağını (placement) kesin.
- [ ] Görünürlük (Viewability) metriklerini ana rapora ekleyin.
- [ ] Ödeme (Payment) ve Fiyat (Price) segmentlerini teknik olarak güçlendirin.
- [ ] Programatik pilotu tek bir pazar ve net bir hedefle başlatın.
- [ ] Kazanan yerleşimleri "Whitelist" (Beyaz Liste) ile koruma altına alın.

## Deliverables

Programatik MVP Pilot Planı, GDN vs Programatik Kıyas Tablosu ve 30 Günlük Karar Matrisi.



"Programatik geçiş readiness (hazır olma) checklist'ini özetleyen otel pazarlama kartı."