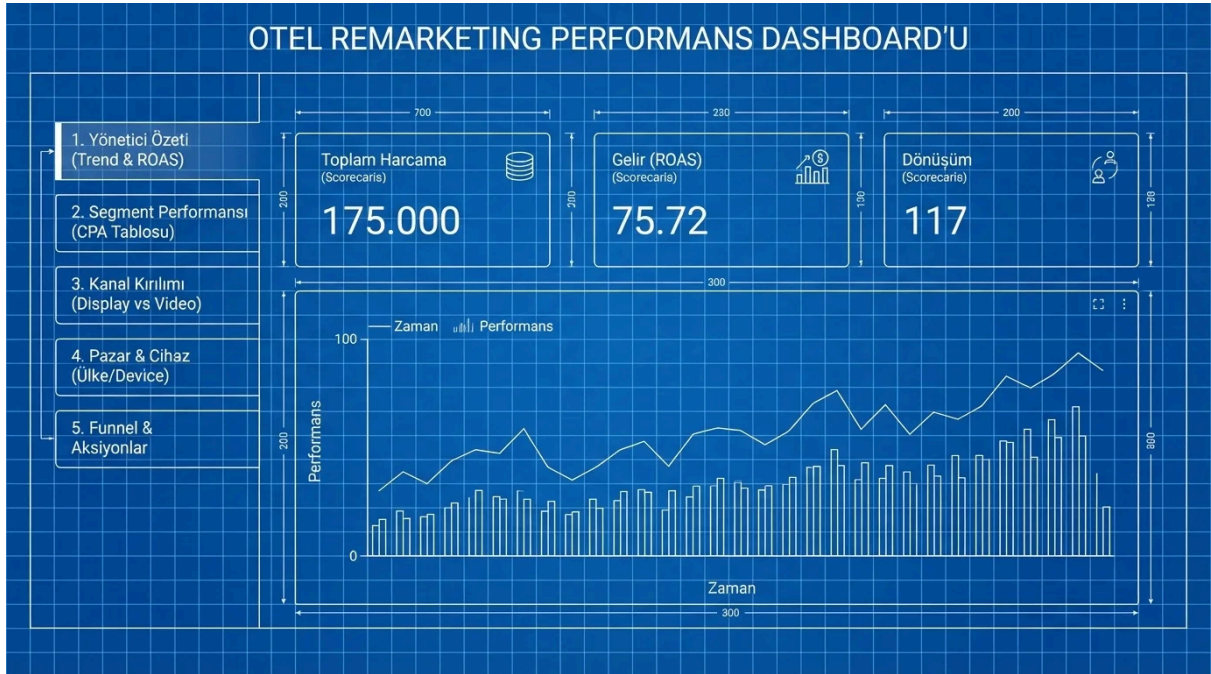


Remarketing KPI Şablonu ve Dashboard Örneği (v1.0)

Asset Amacı: Bu mini paket, otel remarketing performansını sadece "tıklama" sıklığında değil; segment bazlı dönüşüm, CPA (Edinme Başı Maliyet) ve ROAS (Reklam Harcamasının Getirisi) odağında okumanız için tasarlanmıştır. Amacı, görsel ve video kanallarının katkısını net bir şekilde ayrıştırıp, sonuçları otel doluluk ve gelir verileriyle hizalayarak gerçek ticari katkıyı ortaya çıkarmaktır.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama ve Revenue Ekipleri, Ajans Raporlama Liderleri ve Looker Studio Dashboard Analistleri.



“Looker Studio remarketing dashboard mockup yapısını ve veri akışını gösteren stratejik otel diyagramı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Tabloyu Doldurun:** KPI setini segment, kanal ve pazar kırılımında (Örn: Almanca / Mobil / Ödeme Terki) doldurarak işe başlayın.
- Dashboard Kurulumu:** Paylaşılan mockup şemasına göre Looker Studio üzerinde GA4 ve Google Ads verilerini birleştiren sayfaları oluşturun.
- Aksiyon Odaklı Raporlama:** Haftalık raporlarda sadece rakamları değil, "KPI → Aksiyon" kararlarını yazın (Örn: CPA yükseldi → Frekans düşür).

3 Katmanlı KPI Seti & İzleme Modeli

Performansı şu hiyerarşiyle takip ederek "karar körlüğünü" engelleyin:

1) Hacim & Verim (Temel)

- **Görünürlük:** Gösterim, Tıklama ve CTR (Tıklama Oranı).
- **Ekonomi:** Dönüşüm Sayısı, Segment Bazlı CPA ve ROAS.

2) Katkı & Etki (İleri)

- **Destekli Dönüşüm (Assisted):** Video kanallarının son tıklama dışındaki katkısı.
- **Frekans Kontrolü:** Misafiri yormadan kaç kez görüldüğümüz (Frequency).

3) Otel Hizalaması (Stratejik)

- **Doluluk (Occupancy):** Remarketing performansının düşük doluluk dönemlerindeki kurtarıcı etkisi.

KPI → Aksiyon Playbook (Hızlı Müdahale)

Senaryo (KPI)	Teşhis	Aksiyon Kararı
CPA ↑ + Frekans ↑	Reklam yorgunluğu	Frekans sınırını düşür veya kreatifleri tazele.
CTR ↑ + Dönüşüm ↓	Vaat-Landing uyumsuzluğu	Açılış sayfasındaki teklifi ve huni sürtünmesini kontrol et.
ROAS ↑ + Hacim ↓	Altın segment	Bütçeyi ölçekle ve hedef kitleyi genişletmeyi dene.










Dashboard & Raporlama Checklist'i

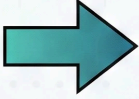
- Display ve Video kanalları (farklı metriklerle) ayrı sayfalarda raporlanıyor mu?
- Segment bazlı CPA/ROAS takibi ana ekranda mı?
- "Assisted Conversion" (Destekli Dönüşüm) verisi video performansı için eklenmiş mi?
- Haftalık en az 3 somut "Aksiyon Notu" rapora işleniyor mu?
- Dashboard toplamda 5 sayfayı geçmeyecek şekilde sade tutuluyor mu?

Deliverables

Looker Studio Mockup Şeması, Segment Bazlı KPI Tablosu, KPI→Aksiyon Playbook.

SEGMENT BAZLI PERFORMANS ANALİZİ (Örnek)

ROOM VIEWERS (Ilık)	PRICE VIEWERS (Sıcak)	PAYMENT STARTERS (Çok Sıcak)
CPA: ₺150 (Orta - Sarı) 	CPA: ₺80 (İyi - Yeşil) 	CPA: ₺40 (Çok İyi - Koyu Yeşil) 
ROAS: 4x (Orta - Sarı) 	ROAS: 8x (İyi - Yeşil) 	ROAS: 15x (Çok İyi - Koyu Yeşil) 
Frekans: 5 (Makul) 	Frekans: 8 (Dikkat - Sarı) 	Frekans: 12 (Yüksek Risk - Kırmızı) 



Karar: Sıcak segmentte frekansı yönet,
ılık segmentte ölçekle.

“Segment bazlı CPA, ROAS ve frekans kontrol eşiklerini özetleyen, karar vericilere yönelik KPI kartı.”