

Remarketing Temel Senaryo Checklist'i (v1.0)

Asset Amacı: Oteller için remarketing sürecini "genel bir anlatım" olmaktan çıkarıp, 3 temel senaryo üzerinden (Oda, Fiyat, Terk) hızla başlatmanızı sağlar. Segment-mesaj-CTA eşleşmesini hazır sunarak karmaşayı önler ve 14 günlük bir sprint planıyla ölçümden optimizasyona kadar olan süreci standartlaştırır.

Kim Kullanır?: Otel satış-pazarlama ekipleri, dijital pazarlama yöneticileri ve otel odaklı çalışan ajans ekipleri.

Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

Kampanyayı başlatmadan önce teknik altyapınızı doğrulayın:

- [] **Entegrasyon:** GA4–Google Ads bağlantısı aktif ve audience (kitle) paylaşımı çalışıyor mu?
- [] **Etiketleme:** Tag Manager remarketing etiketleri, kullanıcı izni (consent) mekanizmasıyla uyumlu mu?
- [] **Segmentasyon:** 3 temel segment (Oda sayfası / Fiyat adımı / Rezervasyon terk) tanımları hazır mı?
- [] **Hız & Dönüşüm:** Landing sayfalarında net CTA ve hızlı yükleme kontrolleri yapıldı mı?
- [] **Sıklık:** Frekans ve zaman penceresi segment bazında belirlendi mi?

OTEL REMARKETING: TEMEL SENARYO KONTROL LİSTESİ

ODA SAYFASI ZİYARETÇİSİ

- ☒ Odaya özgü görsel kullan
- ☒ Tek bir fayda vurgula (Manzara vb.)
- ☒ 7-14 gün penceresi

FİYAT ADIMINDA ÇIKANLAR

- ☒ Resmi site avantajını belirt
- ☒ Harekete geçirici mesaj (CTA) netleştir
- ☒ 3-7 gün penceresi

REZERVASYON TERK (ACİL)

- ☒ Yardım/Destek teklif et
- ☒ İptal/Ödeme güveni ver
- ☒ 1-3 gün kısa frekans

Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu (Fletcher Modeli)

Dönüşüm hunisindeki (funnel) kopma noktalarını bu stratejilerle onarın:

Problem	Olası Kök Neden	Çözüm
Oda sayfası var, rezervasyon yok	Mesaj veya koşul net değil	Oda segmentine özel "güven" kreatifi + net CTA
Fiyat adımı drop-off yüksek	Uygunluk veya koşul belirsiz	Fiyat segmentinde "resmi site avantajı" + hızlandırıcı CTA
Checkout terk yüksek	Yardım veya ödeme adımı belirsiz	Terk segmentinde canlı destek + risk azaltma mesajı

14 Günlük Remarketing Sprint Planı

Kampanyanızı iki hafta içinde optimize edilmiş bir yapıya kavuşturun:

- Gün 1-3:** Ölçüm doğrulama (event/dönüşüm), Consent/KVKK kontrolü ve çerez ayarlarının tamamlanması.
- Gün 4-5:** Üç temel segmentin (Oda/Fiyat/Terk) ve zaman pencerelerinin GA4/Ads üzerinde oluşturulması.
- Gün 6-7:** İlk kampanya yayını; segment bazlı mesaj içeren tek kreatif formatın yayına alınması.
- Gün 8-11:** Landing page iyileştirmeleri (hız, güven unsurları) ve mesaj varyasyonları için A/B testlerinin başlatılması.
- Gün 12-14:** Frekans düzenlemeleri, KPI değerlendirmesi (CPA/Dönüşüm) ve 2. faz (YouTube/Ek segmentler) için planlama.

Öncesi / Sonrası KPI Tablosu (Örnek Şablon)

Remarketing başarısını bu metriklerle takip edin:

KPI	Öncesi	Sonrası	Not
Rezervasyon dönüşüm oranı	—	—	Segment bazında takip
CPA (Edinim Başı Maliyet)	—	—	Soğuk kitleyle kıyas
Yeniden ziyaret oranı	—	—	Oda/fiyat segmenti
Checkout terk oranı	—	—	Terk segmenti odağı

Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Audience Tanımları:** Oda, Fiyat ve Terk odaklı 3 temel remarketing kitle tanımı.
- Kampanya Yapısı:** GDN (Google Görüntülü Reklam Ağı) ilk kurulum ve rapor ekranı.
- Mesaj Seti:** Her segment için tek vaat ve tek CTA içeren içerik taslakları.
- Takip Tablosu:** 14 günlük sprint planı ve KPI takip çizelgesi.

