

RLSA Kampanya Kurulum & Senaryo Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, oteller için RLSA (Arama Ağında Yeniden Pazarlama Listeleri) stratejisini marka (Brand) ve genel (Generic) aramalarda doğru rollerle kurgulamanızı sağlar.

Hangi segmentte sadece gözlem (Observation), hangisinde daraltılmış hedefleme (Targeting) kullanılacağını, teklif (Bid) katmanlarını ve liste pencerelerini tek tabloda toplar. Amaç, arama bütçesini yüksek niyetli kullanıcıya odaklayarak CPA'yi düşürmektir.

Kim Kullanır?: Otel Pazarlama/Revenue Ekibi ve Google Ads Arama Ağı Kampanyalarını Yöneten Ajans Uzmanları.



“RLSA kampanya kurgusunu, marka ve genel arama ayrımıyla bir huni (funnel) üzerinde gösteren teknik diyagram.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Segmentasyon:** Oda, fiyat ve ödeme adımı (Room/Price/Payment) gibi 4 ana segmenti çıkarın ve pencere sürelerini belirleyin.
- Mod Belirleme:** Marka kampanyalarında "Observation" (Gözlem) ile teklif artırımı; genel aramalarda ise hacme göre "Targeting" (Hedefleme) testini kurun.

3. **Çakışma Temizliği:** 14 günlük periyotlarla KPI'ları izleyin; kampanyalar arası çakışma varsa negatif anahtar kelime veya öncelik kurallarıyla yapıyı sadeleştirin.

RLSA Strateji & Kurulum Planı (Şablon)

Arama ağı performansınızı şu katmanlarla yönetin:

A) Brand RLSA (Gözlem / Observation)

- **Rol:** Marka görünürlüğünü korumak ve sadık/sıcak kitleye öncelik vermek.
- **Liste Önceliği:** Fiyat inceleyenler (Price) ve Ödeme terk edenler (Payment).
- **Teklif Stratejisi:** %20-50 arası teklif artırımını (Yüksek niyetli kitle için).

B) Generic RLSA (Hedefleme / Targeting)

- **Rol:** "Antalya Otelleri" gibi genel aramalarda, sadece sizi tanıyanlara görünerek bütçe tasarrufu sağlamak.
- **Mesaj:** "Baktığınız oda hala müsait" veya "Resmi siteye özel avantajları hatırlayın".
- **KPI:** Düşük CPA ve yüksek dönüşüm oranı.

14 Günlük RLSA Sprint Planı

Günler	Görev	Çıktı
Gün 1-3	Liste tanımlamaları ve rezervasyon yapanların hariç tutulması (Exclude).	Temiz Hedef Kitle
Gün 4-7	Marka kampanyalarında liste ekleme ve teklif katmanlarını (Bid) set etme.	Aktif Gözlem
Gün 8-11	Genel aramalarda daraltılmış (Targeting) RLSA testlerini başlatma.	Hedefli Arama
Gün 12-14	Kampanyalar arası çakışma/yamyamlık (Cannibalization) kontrolü ve ölçekleme.	Optimize Hesap

RLSA Kurulum & akışma Checklist'i

- [] Marka ve Genel arama kampanyaları için RLSA rolleri netleřtirildi mi?
- [] Liste pencereleri (7/14/30 gün) segment sıcaklığına göre ayarlandı mı?
- [] Rezervasyon yapanlar (Booking Completed) her iki yapıda da exclude ediliyor mu?
- [] Genel arama (Targeting) için yeterli kitle hacmi (min. 1000 aktif kullanıcı) sağlandı mı?
- [] Aynı anahtar kelimedede genel kampanya ile RLSA akışması kontrol edildi mi?

Deliverables

RLSA Senaryo Seti (Brand/Generic), Liste & Pencere Planı, akışma Kontrol Playbook'u.



OTEL RLSA KURULUM & KONTROL LİSTESİ

- ✓ Segmentleri tanımla (Room/Price/Payment Ziyaretçileri).
- ✓ Brand kampanyada Observation kurgula (+Bid).
- ✓ Generic kampanyada Targeting test et (Hacme göre).
- ✓ Kampanya çakışmasını & negatif kelimeleri kontrol et.
- ✓ Rezervasyon yapanları Exclude et (Liste hijyeni).
- ✓ 14 günlük test planını uygula.

DGTLFACE

“RLSA kurulumu ve çakışma yönetimi için 10 kritik adımı özetleyen hızlı kontrol kartı.”