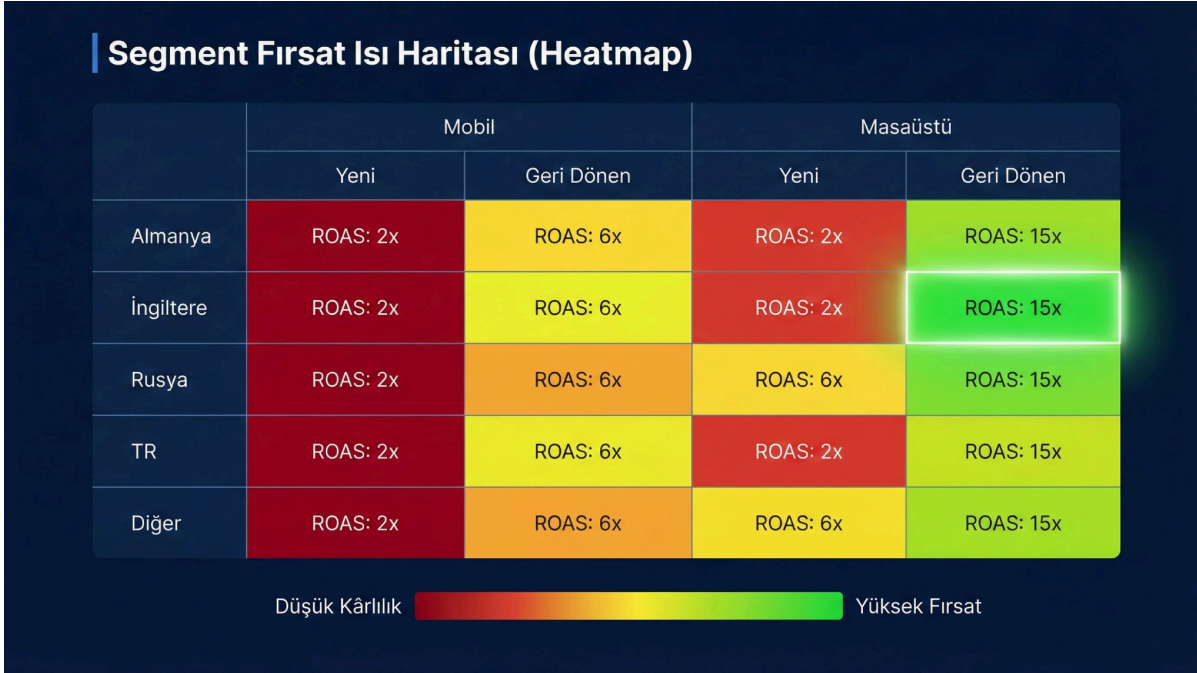


Ülke-Cihaz-Yeni/Geri Dönen Segment Rapor Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; pazar, cihaz ve kullanıcı tipi (yeni/geri dönen) kırılımlarını tek bir görünümde birleştirerek ortalama KPI verilerinin maskeleyiği gizli fırsatları ve kronik sorunları görünür kılar. Gelir, ROAS, CPA ve dönüşüm metriklerini her segment için standartlaştırırken; ülke bazlı kur ve fiyatlandırma farklarını zorunlu alanlar ile kayıt altına alır.

Kim Kullanır?: Otel Yönetimi, Satış ve Pazarlama Ekipleri, Reklam Ajansları ve Analitik Sorumluları.



“Ülke-cihaz-new/returning heatmap’i; hangi pazarın hangi cihazda yeni misafir getirdiğini veya sorun yaşadığını hızlıca gösterir.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Segmentasyon Girişi:** Analiz edilecek 4–8 ana pazarı, cihaz türlerini (Mobil/Desktop) ve kullanıcı segmentlerini (New/Returning) tabloya işleyin.
- KPI & Bağlam Analizi:** Segment bazlı performans verilerini girerken, o pazara özel "Kur/ADR" notlarını ekleyerek veriyi bağlamıyla yorumlayın.

3. **Aksiyon Kararı:** Veri setine göre her segment için nihai kararınızı (Artır / Test / Optimize Et / Kıs) belirleyin.

Segment KPI & Karar Matrisi

Pazar / Cihaz / Kullanıcı → Performans → Karar

Aşağıdaki tablo yapısı, karmaşık veriyi yönetilebilir bir aksiyon listesine dönüştürür:

- **Almanya / Mobil / New:** Harcama, Dönüşüm ve ROAS dengesine göre "Karar" ve "Aksiyon" notu eklenir.
- **Almanya / Desktop / Returning:** Sadık kitlenin dönüşüm maliyeti ve pay (%) verisi incelenir.
- **İngiltere / Mobil / New:** Pazar bazlı kur farkları ve ADR notları ile performans kıyaslanır.
- **Yerli / Mobil / New:** Yerel pazar dinamikleri ve cihaz bazlı dönüşüm oranları takip edilir.
- **Rusya / Desktop / Returning:** Sezonluk trendler ve kullanıcı tipi bazlı kârlılık proxy'si analiz edilir.

Segment Sınıflandırma (Renk Kodu Mantığı)

- **Yeşil (Artır):** Yüksek kârlılık ve genişleme için yeterli hacme sahip "Yıldız" segmentler.
- **Sarı (Optimize/Test):** Verimi orta düzeyde olan veya yüksek büyüme potansiyeli vaat eden "Fırsat" segmentleri.
- **Kırmızı (Kıs):** Verim ve potansiyeli düşük olanlar; kısıtlama öncesi mutlaka ölçüm veya UX (Kullanıcı Deneyimi) kontrolü gerektirir.

Kontrol Listesi (Checklist)

- Ülke bazlı kur ve ADR (Ortalama Günlük Ücret) notları eksiksiz dolduruldu mu?
- Mobildeki hız, form ve ödeme süreçleri segment bazlı kontrol edildi mi?
- Yeni ve geri dönen misafirler için ayrı hedefler tanımlandı mı?
- Kararlar 7–14 günlük somut bir test planına bağlandı mı?
- Rapor, yönetimin anlayacağı "tek cümlelik bir özet" ile nihayete erdi mi?

Deliverables

Segment KPI Tablosu + Karar Kolonu, Heatmap/Bar Chart Görselleřtirmesi, Top 5 Segment Özeti.



“Pazar kıyaslamalarında kur ve ADR farklarını temsil eden teknik gösterge.”