

# Ülke ve Pazar Bazlı Bütçe Planlama Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, reklam bütçesini pazar (DE/RU/UK), kanal (Google/Meta/YouTube) ve sezon ekseninde standardize eder. GEO hedeflemeyi teknik bir ayar olmaktan çıkarıp; pazar bazlı mesaj, teklif ve zamanlama notlarını içeren bir yönetim modeline dönüştürür.

**Kim Kullanır?:** Otel Sahipleri, Satış-Pazarlama Yöneticileri ve Ajans Performans Ekipleri.

PAZAR BAZLI MESAJ & TEKLİF UYARLAMA KARTI		
<b>PAZAR: DE</b> (Almanya) 	<b>PAZAR: RU</b> (Rusya) 	<b>PAZAR: UK</b> (İngiltere) 
✓ <b>Konsept:</b> Planlı Tatil + Güven	✓ <b>Konsept:</b> Görsel Deneyim + Lüks	✓ <b>Konsept:</b> Fırsat + Hızlı Karar
✓ <b>Kanıt:</b> Yorum/ Puan Odaklı	✓ <b>Kanıt:</b> Sosyal Kanıt/Ödül Odaklı	✓ <b>Kanıt:</b> Deneyim/Popülerlik Odaklı
✓ <b>Risk Azaltma:</b> Esnek İptal/Koşul Netliği	✓ <b>Risk Azaltma:</b> Vize/Uçuş Desteği (Varsayım)	✓ <b>Risk Azaltma:</b> Fiyat Garantisi/Kolaylık
✓ <b>Teklif Dili:</b> Erken Rezervasyon Avantajı	✓ <b>Teklif Dili:</b> Özel Paket/Ayrıcalık	✓ <b>Teklif Dili:</b> Son Dakika/Sınırlı Teklif
✓ <b>CTA:</b> Almanca "Jetzt Buchen" (Web)	✓ <b>CTA:</b> Rusça "Забронировать" (Web/WhatsApp)	✓ <b>CTA:</b> İngilizce "Book Now" (Web/OTA)
<b>Önemli:</b> Tek konsepti koruyun, mesajı pazara göre uyarlayın.		

"Pazar segmentasyonundan kanal karmaşasına giden stratejik akış diyagramı."

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Pazar Seçimi:** Ana pazarlarınızı (DE, RU, UK vb.) belirleyerek yerel tatil takvimlerini ve sezonel güç dönemlerini işaretleyin.
- Kanal Karmaşı:** Her pazarın tüketim alışkanlığına göre Google, Meta ve YouTube bütçe paylarını tabloya girin.
- Lokalizasyon:** Pazar bazlı mesaj/teklifleri, yayın saatlerini (GMT) ve spesifik KPI hedeflerini (ROAS/CPA) tanımlayın.

## B) Ülke × Kanal × Bütçe Matris Tablosu

Bütçe dağılımınızı pazar ve sezon bazlı olarak bu matris üzerinden yönetin:

Pazar	Sezon	Google (Search/Hotel Ads)	Meta	YouTube	Not (Mesaj/Teklif)
DE	Yüksek	_____	_____	_____	_____
DE	Düşük	_____	_____	_____	_____
RU	Yüksek	_____	_____	_____	_____
RU	Düşük	_____	_____	_____	_____
UK	Yüksek	_____	_____	_____	_____
UK	Düşük	_____	_____	_____	_____

### Uygulama Prensipleri (5 Temel Kural)

- **Pazar Ayrımı:** Pazarları asla tek bir "yurt dışı" havuzunda birleştirmeyin; her pazar için ayrı veri satırı oluşturun.
- **Mesaj Yalınlığı:** Reklam mesajını o pazarın beklentisine göre tek bir ana vaat cümlesine indirin.
- **Lead Time:** Kampanya başlangıçlarını tatil dönemlerinden en az 2–4 hafta önceye planlayarak son dakika bütçe israfını engelleyin.
- **Dinamik Kanal Karması:** Tek bir oran her pazara uymaz; pazarın dijital olgunluğuna göre kanal ağırlıklarını değiştirin.
- **Sinyal Uyumu:** Reklam kurgularının SEO ve Google Business Profile (GBP) lokasyon verileriyle çelişmediğinden emin olun.

### KPI & Zamanlama Standartları

- **Pazar Saat Dilimi:** Hedef pazarın GMT dilimine göre yayın saatlerini optimize edin.
- **Pazar Bazlı Hedefler:** Her pazar için gerçekçi ROAS, CPA ve trafik hedefleri belirleyerek markalı arama trendlerini takip edin.

## Deliverables

Pazar Bazlı Bütçe Matrisi, Zamanlama & GMT Şablonu, Pazar Hedef Kartları.



“Mesaj ve tekliflerin yerel pazara uyumunu denetleyen uygulama kartı.”