

Yerel SEO & Local PPC Funnel ve Raporlama Şablonunu İndir — SEO+PPC (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; Google İşletme Profili (GBP), organik arama (GSC/GA4) ve Google Ads/Meta reklam verilerini şehir/bölge bazında ortak bir dönüşüm hunisinde (funnel) birleştirir. Brand (Marka) ve Generic (Genel) sorgu ayrımıyla kanalların rollerini netleştirir ve bütçe kaydırma kararlarını KPI→aksiyon mantığına bağlar. Sonuç olarak, "SEO mu, Ads mi?" ikilemi yerine "Hangi şehirde hangi kanal rolü daha güçlü ve kârlı?" sorusuna veri odaklı net bir yanıt üretir.

Kim Kullanır?: Otel pazarlama ekipleri, performans pazarlama yöneticileri ve ajans strateji/raporlama ekipleri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Envanter ve Bağlantı:** Hedef şehir/bölge listenizi oluşturun ve veri kaynaklarınızı (GA4, GSC, Google Ads) şablona bağlayın.
- Huni Yapılandırması:** Marka (Brand) ve Genel (Generic) kısımlarını belirleyerek dönüşüm hunisi tablosunu doldurun.
- Karar Mekanizması:** Haftalık ve aylık rutinlerde KPI sonuçlarına göre "Kanal → Aksiyon" kararlarını üretmek bütçe yönetimini optimize edin.

B) Template (Boş Şablon Alanları)

1) Şehir Bazlı Funnel Tablosu

Aşağıdaki tablo yapısı görsel referans "image_b1fdd3.png" temel alınarak yapılandırılmıştır:

Hedef Şehir / Bölge	Kanal (SEO / Maps / PPC)	Gösterim / Views	Tıklama / Clicks	Etkileşim / Actions	Dönüşüm Oranı (CR)	Rezervasyon / Gelir
Örn: Antalya	SEO (Organik)	_____	_____	_____	_____	_____
Örn: Antalya	PPC (Ads/Meta)	_____	_____	_____	_____	_____
Örn: İstanbul	Maps (GBP)	_____	_____	_____	_____	_____

_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

2) Brand vs Generic Ayrımı

- **Brand (Marka) Hunisi Verileri:**
 - Doğrudan otel adıyla gelen trafik, harita tıklamaları ve marka arama ağı reklamları dönüşümleri: _____
 - *Stratejik Rol:* Misafir sadakatini koruma, doğrudan rezervasyon maliyetini düşürme.
- **Generic (Genel/Bölgesel) Hunisi Verileri:**
 - "Antalya balayı otelleri", "Belek her şey dahil otel" gibi jenerik sorgulardan gelen SEO, Maps ve PPC trafiği: _____
 - *Stratejik Rol:* Yeni misafir kazanımı, pazar payını artırma.

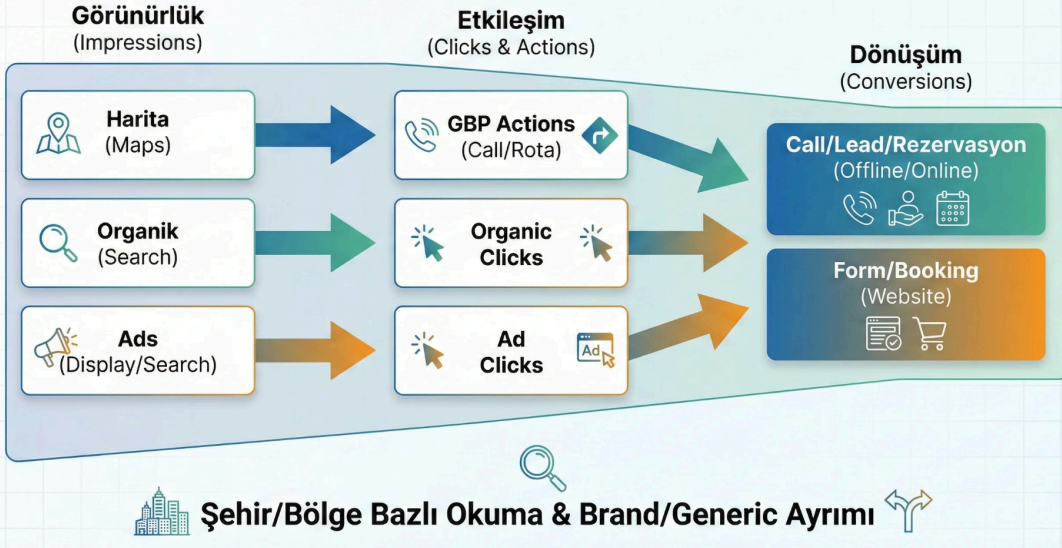
3) Kanal → Rol → KPI Eşleştirme Matrisi

- **Google Maps (GBP):**
 - *Rol:* Yerel Keşif & Fiziksel Aksiyon (Yol tarifi, doğrudan telefon araması).
 - *Kritik KPI:* Harita Görüntülenme / Telefon Etkileşim Oranı.
- **Organik Arama (SEO):**
 - *Rol:* Bilgi Edinme & Güven (Oda sayfaları, blog rehberleri, SSS blokları).
 - *Kritik KPI:* Generic Sorgu Pozisyonları / Landing Dönüşüm Oranı.
- **Performans Reklamları (PPC):**
 - *Rol:* Hızlı Ölçekleme & Maksimum Dönüşüm (Kampanyalar, erken rezervasyon dönemleri).
 - *Kritik KPI:* ROAS / Tıklama Başına Maliyet (CPC).

Deliverables & Görsel Notlar

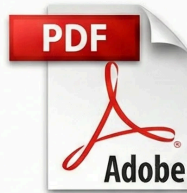
- **Teslimatlar:** Şehir Bazlı Funnel Matrisi, Brand/Generic Analiz Paneli, Kanal Rol Tanımlama Şablonu, Haftalık Bütçe Optimizasyon Logu.

Birleşik Şehir Funnel Modeli (SEO + Ads)



"Yerel SEO ve PPC verilerinin şehir bazında nasıl ortak bir huniye (funnel) dönüştüğünü gösteren teknik akış diyagramı."

SEO & Ads Funnel Şablonu (Paket)



Birleşik Şehir
Funnel Diyagramı
(PDF)



Kanal & Rol
Raporlama
Şablonu
(XLS)



Brand/Generic
KPI Planı
(DOC)

Veriyi Birleştir, Rolü Netleştir, Bütçeyi Yönet

"Entegre raporlama şablonunun içerdiği tüm deliverables ve çıktıları özetleyen teslimat kartı."