

B) Kanal Bazlı Medya Dağılımı

Kanal	Rol	Yıllık bütçe payı	Funnel odağı	KPI
Meta
YouTube
TikTok
LinkedIn

C) Üretim Kapasitesi Planı

- **Aylık Planlanan Statik İçerik Adedi:** [...]
- **Aylık Planlanan Özgün Video Adedi:** [...]
- **Dönem İçi Planlanan Çekim Günleri (Production Day):** [...]
- **Maksimum Tasarım/Kurgu Revizyon Limiti:** [...] (*Sürecin tıkanmasını önleyecek aşım sınırı*)

D) Bütçe → KPI Bağlantı Notu (Rasyonel Harcama Dengesi)

- **Üretim Bütçesi** → [Format kalitesi ve kreatif çeşitlilik] → [Engagement / CTR (Tıklama Oranı)]
- **Medya Bütçesi** → [Hedefleme optimizasyonu / Reklam ölçeği] → [Lead / Rezervasyon Dönüşümü]
- **Teknolojik Araçlar** → [Veri analiz ve raporlama hızı] → [Stratejik karar kalitesi]
- **İç Ekip / Ajans Gücü** → [Operasyonel süreklilik] → [Gecikmelerin ve revizyon turlarının azalması]

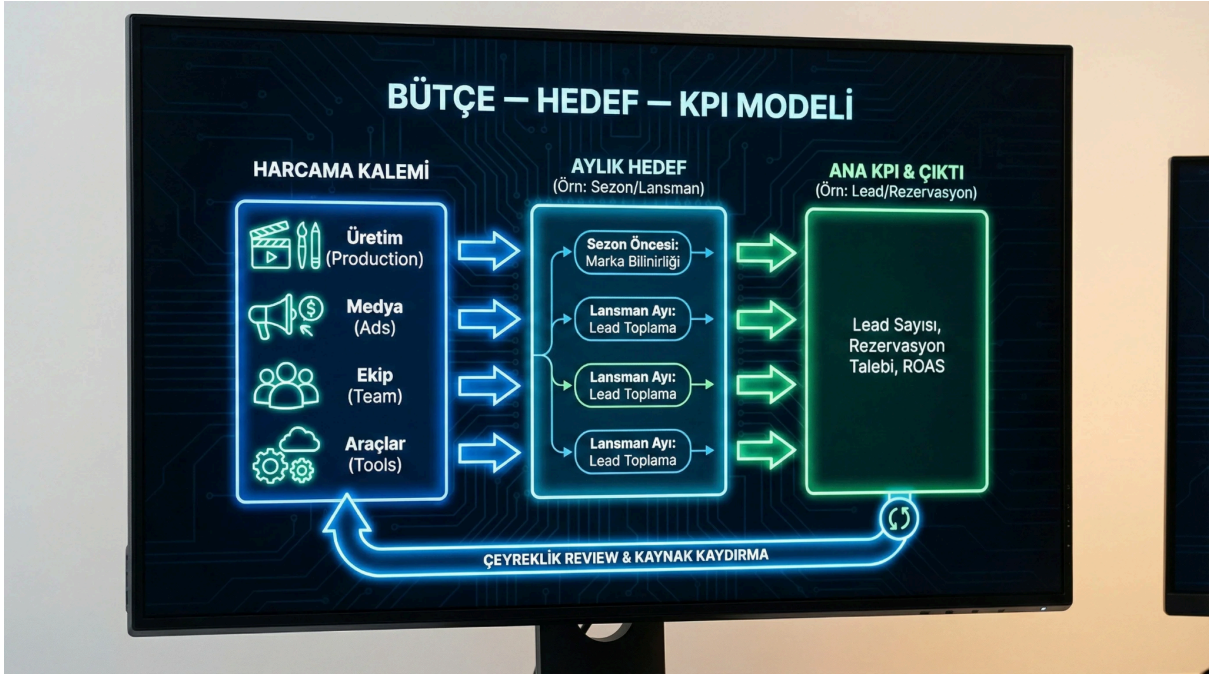
E) Çeyreklik Stratejik Değerlendirme (Q1–Q4 Review)

- **Dönem Boyunca En Yüksek ROI Getiren Kalemler:** [...]
- **Performansı Düşük, Kesilecek veya Azaltılacak Kalemler:** [...]
- **Çeyrek Sonrası Kaynak Kaydırma Kararları:** [...]
- **Gelecek Çeyrek İçin Yeni Test/Deneme Bütçesi:** [...]

Yıllık Planlama Kontrol Listesi

- [] Toplam sosyal medya ve dijital pazarlama bütçesi 4 ana kritere (üretim, medya, ekip, araç) rasyonel şekilde dağıtıldı.
- [] Otel sezonsallığı (yüksek/düşük sezon) ve B2B lansman dönemlerini kapsayan kampanya blokları takvime işlendi.

- [] Her bir çalışma ayının ticari hedefi ve bu hedefi doğrulayacak ana KPI seti netleştirildi.
- [] Kanalların stratejik rolleri tanımlanarak yıllık medya bütçe payları yüzdesel olarak dökümente edildi.
- [] Reklam harcamalarının geri dönüşünü doğru izlemek adına UTM parametreleri ve konversiyon etiket standartları belirlendi.
- [] Pazardaki ani değişimlere uyum sağlamak amacıyla çeyreklik review (değerlendirme) rutinleri kurumsal takvime eklendi.



[Diagram] — Bütçe → Hedef → KPI İlişki Diyagramı

Pazarlama bütçesinden harcanan her bir kuruşun, belirlenen kurumsal hedeflere ve bu hedeflerin dijital metrik karşılığı olan KPI'lara nasıl bağlandığını gösteren finansal etki şeması

YILLIK PLANLAMA CHECKLIST

- Bütçe 4 ana kaleme ayrıldı
- Sezon/lansman blokları işlendi
- Hedef ve KPI her aya eklendi
- Kanal rolü ve medya dağılımı yazıldı
- UTM/etiket standardı belirlendi
- Q review ritmi takvime eklendi

[Checklist Card] — Yıllık Bütçe Planlama Checklist Kartı

Ajans yöneticileri, hotel sales/marketing direktörleri ve B2B pazarlama liderlerinin yıllık bütçe savunmalarında ve çeyreklik revizyon toplantılarında kullanabilecekleri kompakt kontrol kartı tasarımı