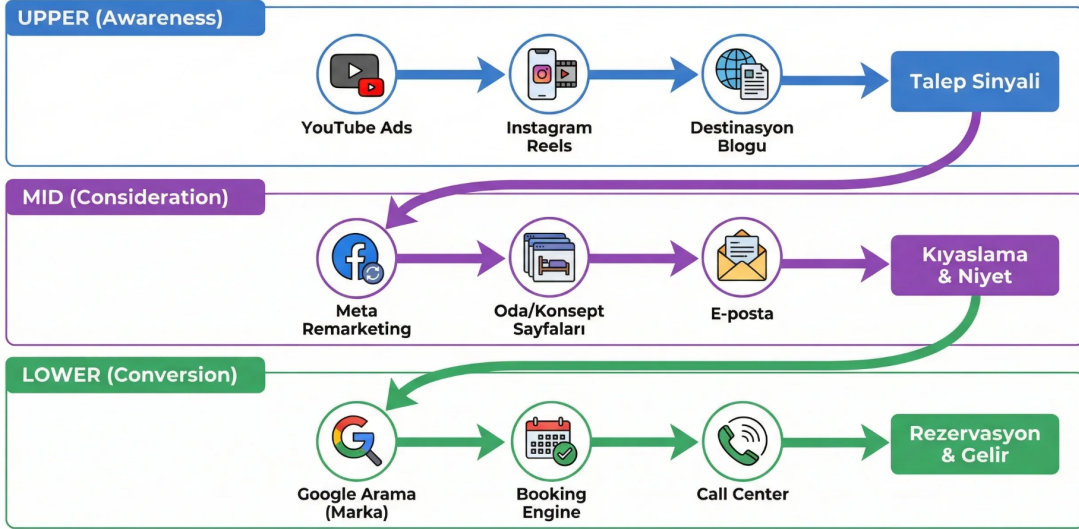


# Funnel Katmanı & KPI Eşleme Rehberi (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu rehber, oteliniz için üst (upper), orta (mid) ve alt (lower) funnel katmanlarını net bir şekilde tanımlayarak her aşama için doğru KPI ve kanal eşleşmesini standartlaştırır. Amacı, farkındalık odaklı bir kampanyadan doğrudan rezervasyon beklemek gibi ölçümleme hatalarını gidermek ve raporlama süreçlerini verimliliğe odaklamaktır.

**Kim Kullanır?:** Otel sahipleri/GM'ler, satış-pazarlama ekipleri, ajans yöneticileri ve veri raporlama sorumluları.

## FUNNEL KATMANLARI & KANAL AKIŞI



## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Tanımlama:** Otel tipinize (resort/city) göre rehberdeki funnel tanım sayfasını doldurun.
- Eşleşme:** Her katman için belirlenen 1 ana ve 3 destekleyici KPI setini panelinize taşıyın.
- Dashboard Kurulumu:** Dashboard'unuzu üç blok (üst/orta/alt) halinde organize ederek haftalık aksiyon notlarıyla takip edin.

## Mini Guide İçeriği

### 1) Katman Tanım Şablonu (Doldur–Kullan)

- Upper (Üst):** \_\_\_\_\_ (Örn: Video izleme, destinasyon keşfi, marka bilinirliği)

- **Mid (Orta):** \_\_\_\_\_ (Örn: Fiyat arama, oda kıyaslama, web sitesine tekrar ziyaret)
- **Lower (Alt):** \_\_\_\_\_ (Örn: Rezervasyon başlatma, ödeme adımı, net gelir)

## 2) Kanal Rol Haritası (Pratik Özet)

- **Google Ads:** Ağırlıklı olarak **alt (lower)** funnel odağı.
- **Meta Ads:** **Üst ve orta (upper-mid)** funnel; keşif ve remarketing süreçleri.
- **YouTube:** **Üst (upper)** funnel; talep oluşturma ve kitleyi ısıtma.
- **İçerik/SEO:** **Üst ve orta (upper-mid)** funnel; destinasyon bilgisi ve marka güveni inşası.
- **OTA:** Bağlama göre **orta ve alt (mid-lower)** funnel; hacim ve kıyaslama etkisi.

## 3) 3 Yanlış Yorum → 3 Doğru Yaklaşım

- **Yanlış:** Üst funnel (upper) reklamlarından hemen rezervasyon beklemek.
  - **Doğru:** Üst funnel KPI'larını ölçerken kitlenin orta katmana geçiş oranını takip edin.
- **Yanlış:** Orta katmanda (mid) sadece tıklama sayılarına odaklanmak.
  - **Doğru:** Kullanıcının fiyat arama veya müsaitlik kontrolü gibi "niyet sinyallerini" izleyin.
- **Yanlış:** Alt katmanda (lower) sadece ROAS değerine saplanmak.
  - **Doğru:** Ödeme adımı terk oranlarını ve toplam geliri birlikte analiz edin.

### FUNNEL YORUM HATALARI & DOĞRU YAKLAŞIM

| HATALI YORUM (X)                                | DOĞRU YAKLAŞIM (✓)                                        |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| ✗ Upper'dan direkt rezervasyon bekleme          | ✓ Talep sinyali ve Mid'e taşıma oranını ölç               |
| ✗ Mid'de sadece 'ucuz tıklama'ya bakma          | ✓ Fiyat arama ve niyet sinyallerini (tekrar ziyaret) izle |
| ✗ Lower'da UX'i görmezden gelip ROAS'a saplanma | ✓ Adım terk oranı ve geliri birlikte analiz et            |



## Kontrol Listesi & Deliverables

- [ ] Katman tanımları otel tipine göre özelleştirildi mi?
- [ ] Her katman için 1 ana + 3 destek KPI seti belirlendi mi?
- [ ] Kanallar, funnel rollerine göre bütçelendirildi mi?

