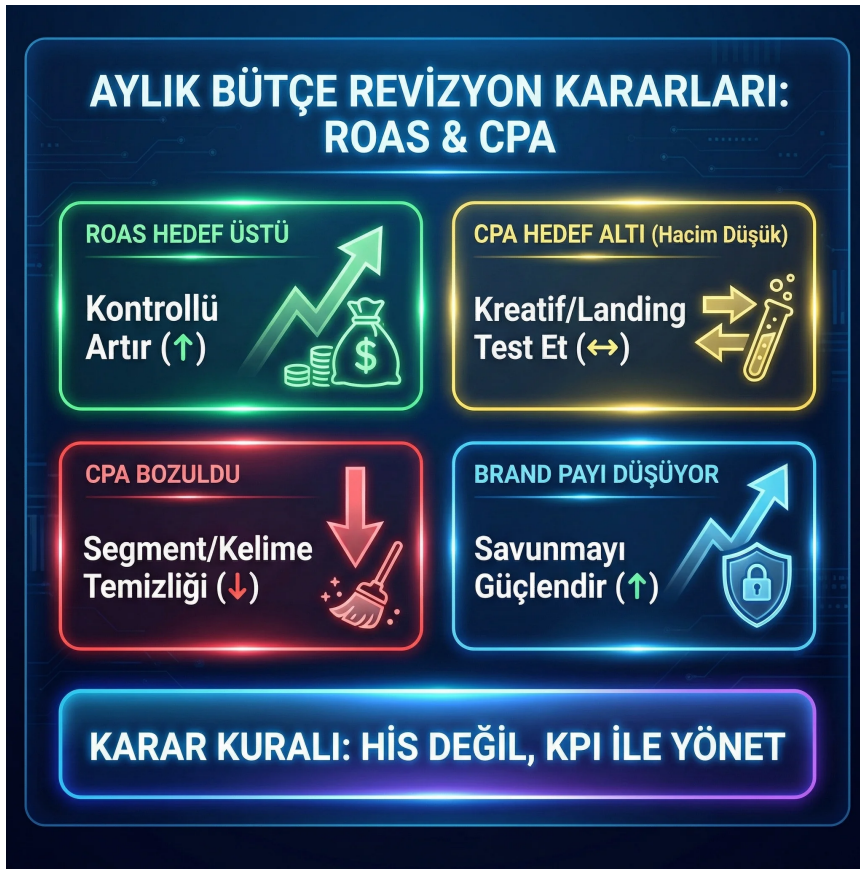


Otel Reklam Bütçesi Planlama Excel Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Reklam bütçenizi sezon × pazar × kanal matrisine göre yapılandırmanızı sağlar. Brand, generic ve remarketing dengesini "minimum efektif bütçe" mantığıyla kurarak, ROAS/CPA hedefleri doğrultusunda veriye dayalı aylık revizyonlar yapmanıza yardımcı olur.

Kim Kullanır?: Otel sahipleri, satış-pazarlama yöneticileri ve ajans/performans pazarlama ekipleri.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Girdi:** Sezon dönemlerini (Yüksek/Düşük) ve hedeflediğiniz pazar paylarını Excel'e girin.
- Tanımlama:** Kanal rollerini belirleyerek brand, generic ve remarketing için "taban bütçeleri" tanımlayın.
- Revizyon:** Gerçekleşen ROAS/CPA sonuçlarını işleyerek bütçeyi artırma veya azaltma kararını otomatik olarak üretin.

Template İçeriği (Excel Sayfa Yapısı)

Sayfa-1: Sezon × Pazar × Kanal Matrisi

- **Pazarlar:** DE / RU / UK / TR / Diđer
- **Kanallar:** Google (Search + Hotel Ads), Meta, Remarketing, OTA Destek
- **Sezon Kırılımı:** Yüksek Sezon / Düşük Sezon / Omuz Sezon

Sayfa-2: Kampanya Tipi Tabanları (Minimum Efektif)

- **Brand (Marka):** Savunma ve sadakat bütçesi.
- **Generic (Genel):** Yeni misafir kazanımı bütçesi.
- **Remarketing:** Dönüşüm ve hatırlatma bütçesi.
- **Özel Dönem:** Erken rezervasyon veya bayram/tatil bütçesi.

Sayfa-3: KPI Hedefleri & Revizyon Kuralları

- **Hedef Giriş:** ROAS ve CPA hedeflerinizi her pazar için ayrı tanımlayın.
- **Karar Mekanizması:** "Eđer ROAS > X ise bütçeyi %10 artır" gibi kuralları otomatize edin.

Bütçe Planlama İçin 5 Altın Kural

1. **Pazar Ayrımı Şart:** Her pazar için ayrı satır açın; tüm ülkeleri "tek havuz" olarak yönetmek karar kalitesini düşürür.
2. **Brand Savunması:** Marka (Brand) bütçesi asla tamamen kesilmez; direkt rezervasyonun savunma tabanıdır.
3. **Sinyal Eşii:** Minimum efektif bütçeyi ezber rakamlarla değil, reklam platformundan gelen "pilot sinyal eşii" ile belirleyin.
4. **Disiplinli Revizyon:** Bütçe değişikliğini hislerle değil, ayda 1 kez sabitlenen KPI verileriyle yapın.
5. **Takip Standardı:** UTM ve kampanya bazlı etiketleme olmadan yapılan bütçe yorumu eksik ve yanıltıcıdır.

Örnek Senaryo Özeti

- **Yüksek Sezon + DE Pazarı:** Google Generic büyütölür, Remarketing bütçesi artırılır, Brand savunma sabit tutulur.
- **Düşük Sezon + UK Pazarı:** Meta/YouTube ile marka "ısıtma" yapılır, Search kanalı minimum tabanda kontrollölü ilerler.

MİNİMUM EFEKTİF BÜTÇE TABANI KONTROL LİSTESİ

BRAND (Savunma) ✓

- ✓ Kayıp önleme için her ay aktif mi?
- ✓ OTA baskısına karşı bütçe payı yeterli mi?

GENERIC (Büyüme) ✓

- ✓ Destinasyon/konsept bazlı bütçe ayrıldı mı?
- ✓ Sezon öncesi ısıtma payı var mı?

REMARKETING (Karar) ✓

- ✓ Kaçanı geri alma motoru sürekli açık mı?
- ✓ Pazarlar arası ortak bütçe mi?



Deliverables & Görsel Notları

- Bütçe Planlama Excel Dosyası (v1.0)
- Sezonluk Pazar Dağılım Tablosu
- KPI Revizyon Karar Matrisi