

SEO × Revenue Ortak Kampanya Takvimi (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, revenue ekiplerinin kampanya takvimi ile SEO ekiplerinin içerik takvimini tek bir tabloda birleştirerek "fiyat planı + anahtar kelime + içerik" uyumunu sağlar. Amaç; Erken Rezervasyon (EB), Son Dakika (Last Minute) ve özel dönem kampanyalarını doğru landing sayfaları ve içerik kümeleriyle destekleyerek doğrudan rezervasyon verimliliğini artırmaktır.

Kim Kullanır?: Revenue (Gelir Yönetimi) Uzmanları, Pazarlama Ekipleri ve SEO/Ajans partnerleri.



“SEO+Revenue 5 adım checklist, landing sayfa standartları ve ortak çalışma disiplini kartı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Segmentasyon:** Kampanya türlerini (EB, Balayı, Sömestir vb.) ve hedef pazar (Market: DE, TR, UK) kırımlarını belirleyin.
2. **Eşleştirme:** Her kampanya satırını ilgili keyword cluster, ana landing sayfası ve destekleyici blog/SSS içerikleriyle eşleştirin.
3. **Optimizasyon:** KPI panelini kurarak aylık "takvim retrosu" toplantılarıyla kampanya performansına göre içerikleri güncelleyin.

Template: Ortak Planlama Şablonu

Kampanya ve SEO senkronizasyonunu aşağıdaki yapı üzerinden kurgulayabilirsiniz:

Dönem	CampaignType	RatePlan Mesajı	Market	Keyword Cluster	Landing	Destek İçerik	KPI
Q1-Q2	Early Booking	%35'e varan indirim	DE	Family resort Antalya EB	/early-booking	Aile tatili rehberi	CTR/Booking
Q3	Last Minute	Kaçırılmayacak fırsat	TR	Antalya son dakika otel	/last-minute	Hafta sonu kaçamağı	CTR/RevPAR
Özel	Balayı/Honeymoon	Ücretsiz oda upgrade	UK	Luxury honeymoon suit	/balayi	Romantik aktiviteler	Dönüşüm

Uygulama Kuralları & Kontrol Listesi

Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Kural)

- Odaklanmış Landing:** Her kampanya için yalnızca bir "ana (primary) landing" sayfası seçin; trafiği çok fazla sayfaya dağıtmayın.
- Evergreen Yapı:** URL'leri her yıl değiştirmek yerine sabit (evergreen) tutun, sadece sayfa içindeki sezonluk mesajları ve fiyatları güncelleyin.
- Mesaj Uyumu:** SEO içeriklerindeki vaatler ile kampanya koşulları (iptal şartları, çocuk yaş sınırı vb.) birbiriyle çelişmemelidir.
- Değer Odaklılık:** Talebin zaten yüksek olduğu dönemlerde "indirim" vurgusu yerine tesisin sunduğu "ayrıcılıkları" öne çıkaran içeriklere odaklanın.
- Dinamik Takip:** KPI verilerini kampanya süresince haftalık olarak izleyin ve gerekirse anlık içerik revizyonları yapın.

Kontrol Listesi:

- ☐ Kampanya türleri (EB, Last Minute, vb.) standartlaştırıldı.
- ☐ Her kampanya için keyword cluster ve landing page eşleşmesi yapıldı.
- ☐ Landing sayfalarını destekleyecek yan içerikler (SSS, Blog) hazırlandı.
- ☐ Kampanya bazlı performansı ölçecek KPI dashboard kurgulandı.
- ☐ 12 aylık takvim revenue planıyla senkronize edildi.

Deliverables

Birleşik Gantt Takvimi, Kampanya→Keyword→Landing Matrisi, İlk 90 Günlük Uygulama Planı, KPI Dashboard Mockup.

“Ortak planlama şablonu, 12 aylık senkron takvim ve veri odaklı deliverables kartı.”