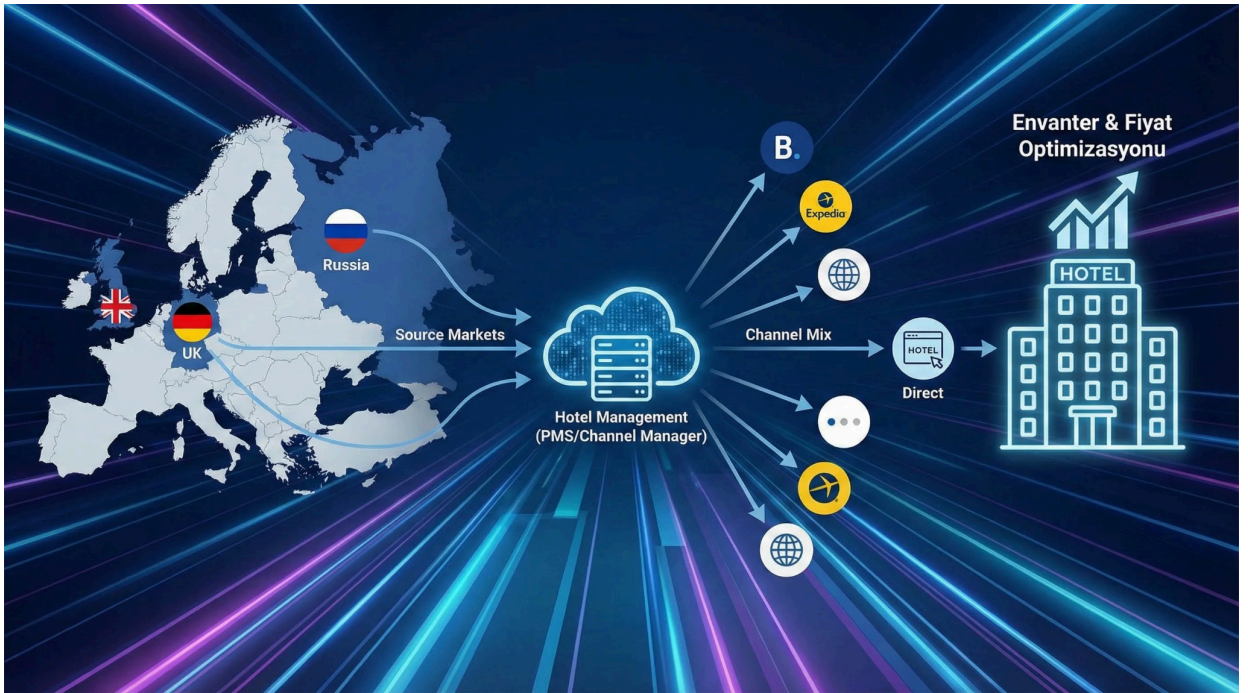


Hedef Pazar & Kanal Dağılımı Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Kaynak pazar (Source Market) verilerini, en uygun kanal karmasına (Channel Mix) ve envanter payına (Inventory Share) dönüştürmek için tasarlanmıştır. Bu şablon; otelinize özel birincil, ikincil ve taktiksel kanal kararlarını 90 günlük bir takip planıyla tek bir stratejik çerçevede toplar.

Kim Kullanır?: Genel Müdürler (GM), Revenue (Gelir Yönetimi) uzmanları, Satış-Pazarlama yöneticileri ve raporlamadan sorumlu ajans ekipleri.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Veri Girişi:** Son 90-180 güne ait pazar ve kanal performans göstergelerini (KPI) doldurun.
2. **Strateji Belirleme:** Her pazar için ana (primary), destekleyici (secondary) kanalları ve envanter payı yüzdelerini tanımlayın.
3. **Takvimleme:** 90 günlük aksiyon planını ve revizyon tarihlerini ekleyerek uygulamaya geçin.

B) TEMPLATE — Pazar & Kanal Yönetim Matrisi

A) Source Market (Kaynak Pazar) Özeti

- Pazar Adı: _____
- Pazar Payı (Rezervasyon/Geceleme/Gelir): _____
- İptal Oranı: _____
- Lead Time (Medyan): _____
- ADR / Net Gelir Katkısı: _____

B) OTA Channel Önceliklendirme

- Primary Kanal(lar): _____
- Secondary Kanal(lar): _____
- Tactical Kanal(lar): _____
- Kanal Seçim Kriteri Notu (Net Gelir/İptal/Lead Time): _____

C) Inventory Share (Envanter Payı) Planı

- Primary Kanallara Ayrılan Pay (%): _____
- Secondary Pay (%): _____
- Tactical Pay (%): _____
- Direkt Kanal İçin Ayrılan Stratejik Pay (%): _____

D) Pricing Strategy & Kısıtlar

- Min-Night Kuralı: _____
- Promosyon/Paket Yaklaşımı: _____
- İptal/Esneklik Kuralı: _____
- Kanal Aç/Kapat Kriteri: _____

E) 90 Günlük Takip Planı

- 30. Gün Kontrol: _____
- 60. Gün Revizyon: _____
- 90. Gün Karar: _____
- İzlenecek KPI Seti (3-5 Adet): _____

Doldurma Kuralları & İpuçları

1. **Bütünsel Okuma:** Pazar payını sadece ciro ile değil, iptal oranları ve rezervasyon önceliği (lead time) ile birlikte analiz edin.
2. **Odaklanma:** Yönetimi kolaylaştırmak için ana (primary) kanal sayısını 1 veya 2 ile sınırlı tutun.

3. **Taktiksel Çıkış:** Taktiksel bir kanala pay ayırıyorsanız, bu kanalın ne zaman kapatılacağına dair bir kriter (örneğin doluluk %80'e ulaştığında) belirleyin.
4. **Dinamik Yapı:** Envanter paylarının sezonsallığa göre değişeceğini öngörün ve planı buna göre güncelleyin.
5. **Bağımsızlık:** Direkt kanal payını otelin karlılığını korumak için her zaman "stratejik kontrol alanı" olarak tutun.



Kontrol Listesi

- [] Her pazar için ana ve yardımcı kanallar netleştirildi mi?
- [] Envanter payı yüzdelerinin toplamı %100 ediyor mu?
- [] Taktiksel kanallar için otomatik kapanış kriteri eklendi mi?
- [] 90 günlük değerlendirme tarihleri takvime işlendi mi?

Deliverables & Görsel Notları

Teslim Edilecekler: Pazar-Kanal Matrisi, Envanter Pay Planı, 90 Günlük KPI Takip Raporu.