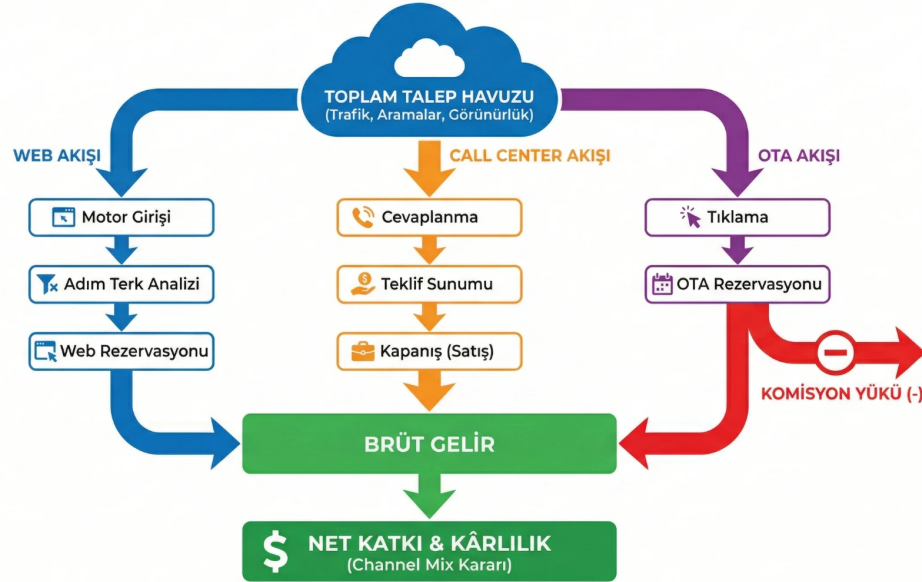


Kanal Bazlı Rezervasyon KPI Rehberi (v1.0)

Asset Amacı: Bu rehber; Call Center, Web ve OTA kanalları için dönüşüm metriklerini standartlaştırarak, raporlara komisyon ve net gelir perspektifini kazandırır. Temel amacı, "toplam rezervasyon" odaklı bakış açısını "kanal bazlı kârlılık" odağına çekerek stratejik kanal karması (channel mix) kararlarını hızlandırmaktır.

Kim Kullanır?: GM/Otel sahipleri, satış-pazarlama ekipleri, operasyon (call center) ve revenue/dağıtım yönetimi sorumluları.

ÇOK KANALLI REZERVASYON & NET GELİR AKIŞI



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Funnel Tanımlama:** Üç ana kanal (Call/Web/OTA) için funnel adımlarını netleştirin.
- Sözlük Entegrasyonu:** Rehberdeki KPI tanımlarını raporlama panellerinize (Looker/BI) tanımlayın.
- Aksiyonel Raporlama:** Haftalık raporlarda "net katkı" ve "kanal karması önerisi" alanlarını güncelleyerek karara bağlayın.

KANAL BAZLI DÖNÜŞÜM & NET GELİR KARTI



Mini Guide İçeriği

1) KPI Sözlüğü (Çekirdek Tanımlar)

- **Conversion Rate:** Kanal zinciri içerisindeki "adım → adım" geçiş oranı.
- **Commission:** OTA kanallarından gelen maliyet (komisyon yükü).
- **Net Revenue:** Brüt gelirden komisyon ve iptal etkileri çıkarıldıktan sonra kalan gerçek katkı.
- **Channel Mix:** Kanalların toplam rezervasyon ve net katkı bazındaki oransal payı.

2) Kanal Bazlı Funnel Akışları

- **Call Center:** Arama → Cevap → Teklif → Rezervasyon.
- **Web (Direct):** Oturum → Motor Girişi → Rezervasyon → Gelir.
- **OTA:** Görünürlük → Tıklama → Rezervasyon → Komisyon → Net Katkı.

3) 3 Sık Hata & Stratejik Çözüm

- **Hata:** OTA hacminin yüksek olmasını tek başına başarı saymak.
 - **Çözüm:** Hacmi komisyon ve net katkı verisiyle kıyaslayın.
- **Hata:** Web dönüşümü düştüğünde doğrudan reklamları suçlamak.
 - **Çözüm:** Rezervasyon motorundaki adım bazlı terk (drop-off) analizini yapın.
- **Hata:** Call center çağrı trafiği artınca performansı "iyi" olarak yorumlamak.
 - **Çözüm:** Zincir KPI'larını (Cevap/Teklif/Kapanış) baz alın.

RAPORLAMA: HATALI YORUM vs. DOĞRU YAKLAŞIM

HATALI YORUM (X)

- ✗ OTA çok rezervasyon getiriyor, bütçeyi oraya yükle.
- ✗ Web dönüşümü düştü, reklamlar kötü.
- ✗ Call center araması arttı, sorun yok.

DOĞRU YAKLAŞIM (✓)

- ✓ OTA'yı net gelir ve komisyon lensiyle oku.
- ✓ Önce web rezervasyon motoru sürtünmesini kontrol et.
- ✓ Arama→Cevap→Kapanış zincirindeki kaybı bul.



10 Maddelik Hızlı Kazanım Listesi

- [] OTA komisyonunu bir maliyet katmanı olarak raporlayın.
- [] Web motoru adım terk oranlarını görünür kılın.
- [] Tekliften satışa dönme oranını temsilci bazlı izleyin.
- [] Channel mix'i rezervasyon payı ve net katkı payı olarak iki ayrı grafikte sunun.
- [] Haftalık raporda "1 kanal düzeltme + 1 kanal büyütme" kuralı uygulayın.