

# Mesajdan Satışa Script & Funnel Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Instagram DM ve WhatsApp konuşmalarını etkili bir "Reservation Funnel" (Rezervasyon Hunisi) yapısına taşıyacak hazır script'ler ve 7 adımlı bir akış şablonu sunar.

Temel amaç; fiyat sorularına sadece link atıp bırakma alışkanlığını sona erdirmek, marka tonunu standardize etmek ve net bir kapanış adımıyla dönüşüm oranlarını (Conversion Rate) yükseltmektir.

**Kim Kullanır?:** Çağrı merkezi satış ekipleri, misafir ilişkileri sorumluları, sosyal medya yöneticileri ve otel/ajans operasyon liderleri.



## MESAJ → REZERVASYON DÖNÜŞÜM HUNİSİ

### Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Sınıflandırma:** Gelen mesajı tipine göre (Bilgi, Fiyat, Rezervasyon Niyeti, Şikâyet) ayırın ve ilgili script'i seçin.
- 7 Adım Akışı:** Konuşmayı "2 Soru → 2 Seçenek → Kapanış" formülüyle ilerletin.
- Takip ve ROI:** Tüm link ve görüşmeleri "kaynak=mesaj" etiketiyle kaydederek haftalık ROI (Yatırım Getirisi) raporuna dahil edin.

## A) TEMPLATE — Script & Funnel Toolkit

### 1) 7 Adım Funnel Şablonu

- Adım 1 (Karşılama): \_\_\_\_\_
- Adım 2 (Soru-1 - Tarih): \_\_\_\_\_
- Adım 2 (Soru-2 - Kişi/Çocuk): \_\_\_\_\_
- Adım 3 (Güven Bloğu - 1 Cümle): \_\_\_\_\_
- Adım 4 (Teklif-1 - Standart): \_\_\_\_\_
- Adım 4 (Teklif-2 - Paket/Upgrade): \_\_\_\_\_
- Adım 5 (Kapanış Adımı - Link/Arama): \_\_\_\_\_
- Adım 6 (Takip Mesajı - 1 Kez): \_\_\_\_\_
- Adım 7 (Kayıt/Etiket): \_\_\_\_\_

### 2) Script Kütüphanesi

- Soft-sell (Yumuşak Satış): (5 Alan) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_
- Hard-sell (Sıcak Satış): (5 Alan) \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

### 3) "İki Seçenek" Teklif Formatı

- Seçenek A: \_\_\_\_\_ (Fayda odaklı cümle)
- Seçenek B: \_\_\_\_\_ (Fark odaklı cümle)
- Yönlendirme Sorusu: "Hangisi size daha yakın?" \_\_\_\_\_

## Satış Kapatma İçin 5 Altın Kural

1. **Önce Sor, Sonra Link:** Fiyat sorulduğunda doğrudan link veya rakam vermeden önce mutlaka tarih ve kişi sayısına dair 2 soru yöneltin.
2. **Net Güven Mesajı:** Güven bloğunda uzun bir özellik listesi yerine, misafirin elde edeceği net bir avantajı (örneğin: "En düşük fiyat garantisiyle doğrudan rezervasyon") vurgulayın.
3. **Seçenek Psikolojisi:** Teklifleri daima iki seçenekli sunun; seçenekler arasındaki farkı tek cümlede netleştirin.
4. **Esnek Kapanış:** Kapanış adımını "Linkten incelemek mi istersiniz yoksa sizi arayıp detayları netleştirelim mi?" şeklinde çift opsiyonlu kurgulayın.
5. **Veri İzlenebilirliği:** Her başarılı veya başarısız görüşmeyi "kaynak=mesaj" etiketiyle CRM veya raporlama sistemine işleyin.



## Kontrol Listesi & Deliverables

- [ ] Mesaj tipi doğru sınıflandırıldı mı?
- [ ] Teklif sunmadan önce en az 2 soru soruldu mu?
- [ ] 2 farklı seçenek sunularak kullanıcı karara davet edildi mi?
- [ ] Kapanış adımı (Link/Arama) netleştirildi mi?

**Teslimat Seti:** 7 Adım Funnel Şablonu, 10 Adet Hazır Script (5 Soft + 5 Hard), İki Seçenekli Teklif İskeleti ve Ölçüm Rehberi (UTM/Event/CRM).