

OTA & Direct Booking Denge Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, otelinizin sosyal medya iletişimde "Trafiki nereye göndermeliyim?" sorusuna stratejik bir yanıt verir. OTA'ların (Booking, Expedia vb.) geniş erişim gücü ile web sitenizin yüksek kârlılığını dengeler; kampanya dönemlerinde kanal önceliğini belirler ve fiyat paritesi (rate parity) risklerini minimize ederek doğrudan rezervasyon payını kontrollü büyütür.

Kim Kullanır?: Satış ve Pazarlama Müdürleri, Revenue (Gelir) Yöneticileri, Kanal Yöneticileri ve Sosyal Medya Ajansları.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Profil Analizi:** Otelinizin mevcut OTA bağımlılığını ve web sitenizin kullanıcı deneyimi (UX) gücünü şablondaki eksende işaretleyin.
- Karar Ağacı Uygulaması:** Paylaşacağınız içeriğin türüne göre (Örn: Yeni tesis tanıtımı vs. Sadakat indirimi) hedef kanalı (OTA veya Web) seçin.
- Ölçüm ve İterasyon:** Tüm linkleri UTM parametreleriyle etiketleyin; ay sonunda "Tıklama → Talep → Rezervasyon" verilerine göre bir sonraki ayın kanal dengesini revize edin.

TEMPLATE İçeriği

A) Otel Kanal Profili (Stratejik Durum)

- OTA / Direct Payı:** %___ / %___
- Web Kapanış Gücü:** (Hız, Ödeme Çeşitliliği, Mobil Uyumluluk): _____
- Parite Risk Notu:** (OTA fiyatlarıyla web fiyatları arasındaki tutarlılık durumu): _____

B) "Hangi Durumda Hangisi?" Karar Ağacı

Senaryo	Hedef Kanal	Gerekçe
Yeni Tesis / Lansman	OTA	Başlangıçta güven ve hızlı görünürlük ihtiyacı.
Erken Rezervasyon (EB)	Web / Direct	En yüksek marjı koruma ve ek fayda (Transfer vb.) sunma.
Son Dakika (Last Minute)	OTA / WhatsApp	Hızlı kapanış ve anlık doluluk ihtiyacı.
Sadakat / Özel Dönem	Web / Kapalı Grup	Parite riski olmadan özel indirim sunabilme.

Rate Parity & Ölçüm Standartları

Parite Kontrol Listesi (Güvenli İletişim)

- ☐ Sosyal medyada "En ucuz fiyat webde" gibi agresif ve pariteyi bozan cümleler kullanılmadı.
- ☐ Web sitesi teşvikleri "fiyat indirimi" yerine "ek fayda/deneyim" (Ücretsiz kahvaltı, SPA indirimi vb.) olarak kurgulandı.
- ☐ Fiyat ve konsept vaatleri sosyal medya, OTA ve web sitesinde %100 tutarlı hale getirildi.

UTM ve Takip Standardı

- Genel Kalıp:**
`utm_source=instagram&utm_medium=social&utm_campaign=[KANAL_ADI]`
- Kanal Ayrımı:** OTA yönlendirmeleri için kampanya adını `ota_boost`, web yönlendirmeleri için `direct_booking` olarak standardize edin.

Aylık Yönetim Özeti (Örnek)

Gösterge	Bu Ay	Bir Sonraki Ay Kararı
OTA Yönlendirme Sayısı	—	☐ Artır (OTA↑)
Web Yönlendirme Sayısı	—	☐ Artır (Web↑)
En İyi Performanslı İçerik	—	☐ Dengeyi Korumak (=)

Deliverables

Kanal Karar Ağacı Tablosu, Parite Kontrol Listesi, UTM Takip Şablonu, 1 Sayfalık Yönetim Özeti.



“OTA ve Direct Booking denge şablonu, karar ağacı ve ölçüm standartlarını içeren teslimat paketi kartı.”