

OTA İçerik & Galeri Kontrol Listesi (v1.0)

Asset Amacı: Bu döküman, OTA sayfanızı statik bir bilgi yığınınından "yüksek dönüşümlü bir online broşüre" dönüştürmek için tasarlanmıştır. Fotoğraf galerisini misafirin karar verme hiyerarşisine göre düzenler, metin alanlarını netleştirir ve 14 günlük bir sprint ile süreci sürdürülebilir bir rutine bağlar.

Kim Kullanır?: Satış-pazarlama, revenue (gelir) yönetimi, kreatif ekipler ve kanal yöneticileri.



Karar Akışı: Beklentiyi Yönet, Satışı Hızlandır

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Envanter:** İlk 3 gün alan haritası üzerinden metin ve politika eksiklerini giderin.
2. **Görsel Akış:** 4-7. günler arasında galeriyi "ilk 10 fotoğraf" kuralına göre dizin.
3. **Segmentasyon:** Son hafta, hedef kitlelere (aile, çift vb.) özel içerik kartlarını tamamlayıp periyodik takvimi başlatın.

Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

- [] **Headline:** Destinasyon + Konsept + 3 Değer Önerisi (Net ve vurucu mu?)
- [] **Kısa Açıklama:** 2-3 cümlelik "kimin için/ne sunuyor" özeti.
- [] **Oda Tanımları:** Metrekare, yatak tipi, manzara ve kritik donanım bilgisi tam mı?
- [] **Tesis Olanakları:** Karar verdirici ilk 5 madde en üstte mi?
- [] **Politikalar:** İptal ve ödeme koşullarında gri alan bırakılmadı mı?
- [] **Kapak Fotoğrafı:** Otelin "en güçlü vaadini" tek karede anlatıyor mu?
- [] **İlk 10 Fotoğraf:** Bir hikaye akışı (Oda > Manzara > Yemek > Havuz vb.) oluşturuyor mu?

- [] **Segment Kanıtları:** Family/Couple/Business/Luxury için özel görsel kanıtlar var mı?
- [] **Telif & Brand:** Tüm görsellerin kullanım hakları doğrulandı mı?
- [] **Güncelleme Rutini:** Haftalık/Aylık kontrol takvimi oluşturuldu mu?

Problem → Kök Neden → Çözüm Matrisi

Problem	Kök Neden	Çözüm
Düşük Tıklama Oranı (CTR)	Zayıf kapak fotoğrafı veya karmaşık headline.	Kapak fotoğrafını "Hero" görselle değiştir; Headline'a lokasyon/fayda ekle.
Yüksek Sepet Terk Etme	Odalar arası farkın anlaşılması veya belirsiz politikalar.	Oda açıklamalarını standardize et (m ² , yatak, manzara); iptal şartlarını netleştir.
İptal Oranlarında Artış	Fotoğrafların tesisin güncel halini yansıtmaması (Mislead).	Galeriyi güncel görsellerle yenile; amatör/eski çekimleri temizle.
Düşük Dönüşüm (CVR)	Misafirin aradığı "kanıtı" bulamaması (Örn: Çocuk kulübü fotoğrafı yok).	Segment bazlı "Kanıt Fotoğrafları" (Aile/Çift/Lüks) grubunu ilk 20'ye dahil et.

14 Günlük Sprint Planı (Aksiyon Takvimi)

- **Gün 1:** OTA alan haritası çıkar (Eksik ve uyumsuz alanların listelenmesi).
- **Gün 2:** Headline ve kısa açıklama revizyonlarının tamamlanması.
- **Gün 3:** En çok satan 3 oda tipi için yeni açıklama şablonlarının uygulanması.
- **Gün 4:** Tesis olanakları ve politikaların kanal bazlı netleştirilmesi.
- **Gün 5:** Kapak fotoğrafı seçimi ve "İlk 10 Akış" taslağının oluşturulması.
- **Gün 6:** Galeri sıralamasının güncellenmesi ve düşük kaliteli/tekrar eden görsellerin temizliği.
- **Gün 7:** Segment bazlı "Kanıt Fotoğrafları"nın seçimi ve sisteme yüklenmesi.
- **Gün 8-11: Sırasıyla:** Family, Couple, Business ve Luxury içerik kartlarının (Metin + 3 Fotoğraf) üretimi.
- **Gün 12:** Telif hakları, marka uyumu ve son kontrol listesinin kapatılması.
- **Gün 13:** KPI Paneli kurulumu; Mevcut CTR ve Dönüşüm oranlarının "Baseline" olarak kaydedilmesi.
- **Gün 14:** Sürdürülebilir rutin takviminin (Haftalık/Aylık/Sezonluk) ekip ile paylaşılması.

Öncesi / Sonrası KPI Tablosu

Metrik	Öncesi (Mevcut)	Sonrası (Hedef)	Değişim (Fark)
Kanal CTR (Tıklama)	%	%	+%
Sayfa Dönüşüm Oranı (CVR)	%	%	+%
Fotoğraf İzlenme Sayısı	#	#	+
Ortalama Konaklama Süresi	# Gece	# Gece	+
İade/İptal Oranı	%	%	-%

Deliverables

- OTA Alan Haritası, Oda Şablonları, Galeri Akış Standartı, 4 Segment Kartı, KPI Paneli.

