

Otel Dönüşüm KPI Rehberi (v1.0)

Asset Amacı: Otelinizde ROAS, ROI, RevPAR, ADR ve CPA gibi kritik metrikleri "hangi senaryoda hangisi" mantığıyla seçmenizi sağlar. Yönetim, pazarlama ve revenue (gelir) ekiplerinin aynı dili konuşması için bir KPI sözlüğü, senaryo eşleşme tablosu ve denetim listesi sunar.

Kim Kullanır?: Otel sahipleri/GM'ler, satış-pazarlama ve revenue yönetimi ekipleri ile raporlama kuran dijital ajanslar.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Senaryo Seçimi:** Raporunuzun amacını belirleyin (Örn: Kampanya optimizasyonu mu, yönetim raporu mu?).
- KPI Seti Atama:** Belirlediğiniz senaryoya uygun 1 ana KPI ve 3 destekleyici metriği rehberden seçerek panelinize taşıyın.
- Doğrulama:** "Yanlış KPI Tuzakları" kontrol listesini kullanarak raporunuzun doğruluğunu her ay test edin.

Mini Guide İçeriği

1) KPI Sözlüğü (Özet Tanımlar)

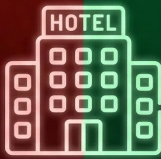
- ROAS:** Reklam harcaması başına elde edilen brüt gelir.
- ROI:** Toplam maliyete (reklam + operasyon + komisyon) göre gerçek kazanç.
- RevPAR:** Toplam oda kapasitesine göre elde edilen gelir verimliliği.
- ADR:** Satılan odaların ortalama günlük fiyatı.
- CPA:** Rezervasyon başına ödenen maliyet (Edinim maliyeti).
- Gross Margin Yaklaşımı:** Komisyon ve iptal etkisinden sonraki net katkı odağı.

2) Senaryo Bazlı Seçim Tablosu

Senaryo	Ana KPI	Destekleyici Metrikler
Kampanya Optimizasyonu	ROAS	CPA + Conversion Rate + Tıklama Maliyeti
Kanal Stratejisi	ROI Lensi	Net Gelir Payı + Komisyon Oranı + İptal Oranı
Fiyat Stratejisi	RevPAR	ADR + Segment Verimliliği + Doluluk

Yönetim Raporu	Net Katkı	Trend Analizi + Toplam Gelir + Pazar Payı
----------------	-----------	---

✗ YANLIŞ ODAK (Tuzaklar) ✗ Sadece yüksek ROAS'a odaklanmak ✗ RevPAR'ı pazarlama başarısı sanmak ✗ CPA düşünce kaliteyi unutmak	✓ DOĞRU ÖNERİ (Çözümler) ✓ ROAS + Net Kâr Payı + Komisyonu birlikte oku ✓ RevPAR'ı kanal KPI'larıyla destekle ✓ CPA ile birlikte AOV ve Marjı kontrol et
---	---



3) 3 Sık Hata ve Profesyonel Çözüm

- **Hata:** ROAS'ı tek başarı metriği sanmak.
 - **Çözüm:** ROAS'ın yanına mutlaka **iptal ve komisyon** katmanlarını ekleyerek net rakamı görün.
- **Hata:** RevPAR üzerinden pazarlama performansını yargılamak.
 - **Çözüm:** RevPAR'ı, trafik kaynaklarından gelen **kanal bazlı KPI'larla** ilişkilendirin.
- **Hata:** Sadece CPA (maliyet) düştü diye sevinmek.
 - **Çözüm:** Düşen maliyetin **gelir kalitesini ve kâr marjını** düşürüp düşürmediğini kontrol edin.

Hızlı Kazanım Kontrol Listesi

- ☐ KPI sayısını azaltıp anlamı ve aksiyonu artırdık mı?
- ☐ Brüt gelir yerine net (komisyon/iptal sonrası) lensi ekledik mi?
- ☐ Çağrı merkezi (Call Center) satışlarını dijital rapora bağladık mı?
- ☐ Raporun sonuna "KPI → Aksiyon" (Bu hafta ne yapılacak?) kutusu ekledik mi?
- ☐ Sezon ve destinasyon (Antalya/Belek/Bodrum vb.) filtrelerini sabitledik mi?



Deliverables & Görsel Notları

- 1 Sayfa KPI Seçim Matrisi
- Senaryo Bazlı Panel İskeleti
- Aylık Denetim Checklist'i