

# 2025 OTA & Metasearch Strateji Özeti PDF'i (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu mini rehber, 2025 yılında OTA kanalları ile Google Hotel Ads (GHA) platformunu "tek ve bütünleşik bir dağıtım ekosistemi" olarak yönetmek için tasarlanmıştır. Rehber; gerekli entegrasyon zincirini, 3 farklı dağıtım senaryosunu ve 90 günlük test planını tek bir dokümanda toplar. Amacı, her kanala rastgele bütçe ayırmak yerine sezon, pazar ve net gelir hedeflerine göre kontrollü bir dağıtım karması kurmanızı sağlamaktır. Sonuç olarak OTA görünürlüğü korunurken, doğrudan rezervasyon (direct booking) payı çok daha stratejik ve kontrollü bir şekilde büyütülebilir.

**Kim Kullanır?:** Genel Müdür (GM), Revenue Manager (RM), Satış/Pazarlama Lideri ve Ajans/Metasearch Yöneticisi.

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Hazırlık:** Entegrasyon sağlık kontrolünü (ARI - Availability, Rate and Inventory, mapping ve landing page doğruluğu) tamamlayın.
- Seçim:** Otelin mevcut sezon ve pazar durumuna uygun 3 stratejik senaryodan birini seçerek 90 günlük test planını başlatın.
- Optimizasyon:** Elde edilen verileri net gelir KPI'ları ile raporlayın ve başarılı olan senaryoyu ölçeklendirerek kalıcı hale getirin.

## Mini Guide — 5 Kritik Bölüm

### Bölüm 1: 2025 Dağıtım Haritası

- Ekosistem Yakınsaması:** OTA ve Metasearch platformlarının iç içe geçtiği yeni nesil dağıtım modelleri.
- Kullanıcı Davranışı:** "Last click" eğilimleri ve mobil cihazların satın alma kararlarındaki baskın etkisi.
- Direct Stratejisi:** Kârlılık ve misafir datası kontrolü için doğrudan satışın artan rolü.

### Bölüm 2: Entegrasyon Zinciri

- Teknoloji Yolu:** PMS → Channel Manager → OTA → Metasearch veri akışı.
- Veri Kalitesi:** ARI doğruluğu ve kabul edilebilir gecikme (latency) KPI'larının belirlenmesi.
- Ölçüm:** Landing page hızı ve dönüşüm takibi (tracking) mimarisi.

### Bölüm 3: 3 Dağıtım Senaryosu

- Senaryo A (Yüksek Sezon):** Envanter koruma ve en yüksek ADR odaklı kısıtlı dağıtım.
- Senaryo B (Omuz Sezon):** Doluluk ve kârlılık arasında denge kuran hibrit model.
- Senaryo C (Düşük Sezon):** Doğrudan rezervasyonu tetikleyen agresif "Direct Sprint" modeli.

### Bölüm 4: 90 Gün Test Planı

- 0–30 Gün:** Teknik hazırlık, entegrasyon testleri ve küçük ölçekli bütçe denemeleri.

- **31–60 Gün:** Veri analizi bazlı kampanya ve kanal optimizasyonları.
- **61–90 Gün:** Başarılı modellerin ölçeklenmesi ve nihai strateji kararı.

#### Bölüm 5: KPI & Raporlama

- **Finansal Metrikler:** Net ADR, Direct Booking payı, CPA (Edinim Başı Maliyet) ve ROAS.
- **Net Gelir Analizi:** İptal oranları, no-show vakaları ve kanal komisyonlarının net kâra etkisi.
- **Öğrenme Döngüsü:** Aksiyon loglarının tutulması ve periyodik iyileştirme rutinleri.

## 10 Maddelik Hızlı Kazanım & Hata Çözümü

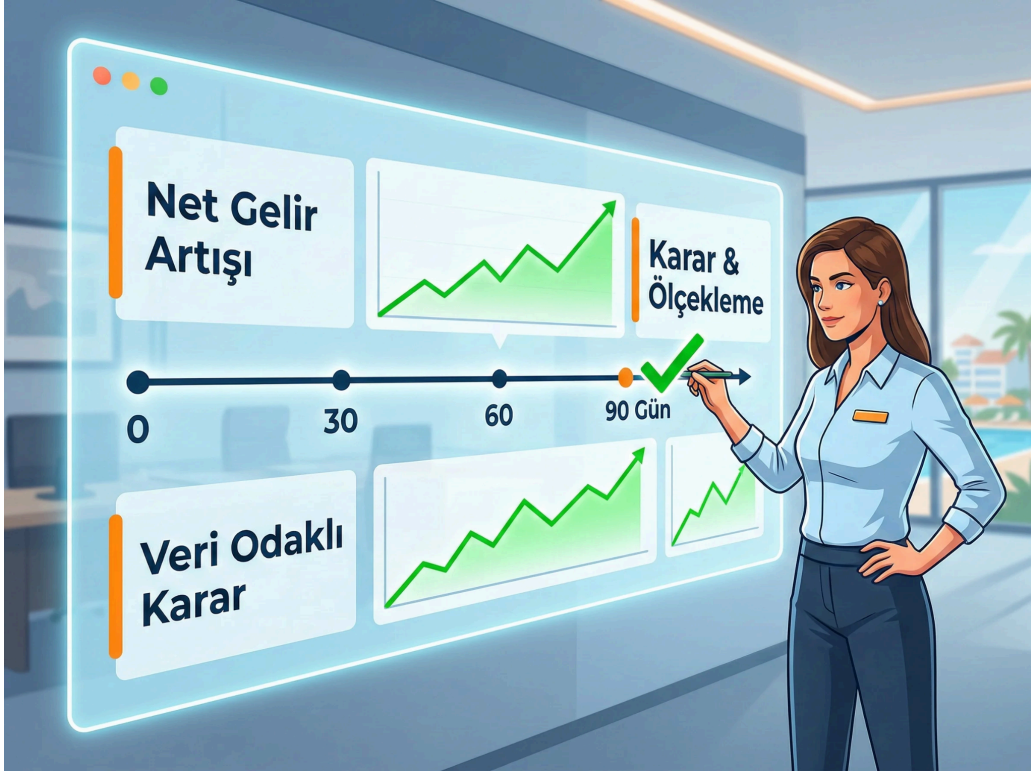
3 Sık Hata	Teknik Çözüm
<b>Hata 1:</b> ARI/mapping bozukken bütçe artırmak	Önce entegrasyon sağlığını (90 günlük audit) tamamlayın.
<b>Hata 2:</b> "Last click" için net geliri feda etmek	Net ADR eşikleri ve harcama tavanları (caps) belirleyin.
<b>Hata 3:</b> Brüt satış rakamlarıyla raporlama yapmak	Net gelir + İptal + Komisyon maliyetini birlikte hesaplayın.

#### Hızlı Aksiyon Listesi:

- Direct landing sayfa hızını ölçün ve mobil fiyat tutarlılığını tarayın.
- GHA üzerinde "Direct vs OTA" yönlendirme testleri yapın.
- Sezon moduna göre aktif senaryonuzu belirleyin ve 48 saatlik KPI kontrol rutini kurun.



“90 gün test checklist kartı, hızlı uygulama ve otel bağlamı”



“Mini rehber çıktıkları kartı, PDF içerik özeti ve stratejik harita”