

Ajans Seçim & Hibrit Model Checklist'i (v1.0)

Asset Amacı: Bu asset, otellerin sosyal medya yönetim modelini seçerken veriye dayalı karar vermesini sağlar. İç ekip, dış ajans veya hibrit model arasındaki farkları maliyet, kontrol ve hız ekseninde analiz ederek, otel yapısına en uygun kurguyu belirlemeyi ve ajans seçim sürecindeki riskleri minimize etmeyi hedefler.

Kim Kullanır?: Otel Sahipleri, Genel Müdürler, Satış-Pazarlama Yöneticileri ve Satın Alma Ekipleri.



“Ajans seçim kriterleri, hibrit model karar matrisi ve sözleşme standartlarını içeren teslimat paketi kartı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Stratejik Analiz:** Model puanlama tablosunu doldurarak otelinizin mevcut kaynaklarını (kontrol, ölçek, hız, maliyet) değerlendirin.
- Aday Puanlama:** Belirlenen model ışığında 3 farklı ajansı checklist üzerinden puanlayın ve en yüksek skorlu ajansla 1 aylık pilot çalışma başlatın.
- Hukuki Zemin:** Seçilen modelin sürekliliği için raporlama, kriz yönetimi, kullanım hakları ve toplantı rutinlerini içeren sözleşme maddelerini netleştirin.

MODEL PUANLAMA (0–5)

Otelinize en uygun modeli belirlemek için her sütunu 0 (Düşük) ile 5 (Yüksek) arası puanlayın:

Kriter	İç Ekip	Dış Ajans	Hibrit Model
Operasyonel Hız	[]	[]	[]
İçerik Kalitesi/Trend	[]	[]	[]
Maliyet Verimliliği	[]	[]	[]
Veri/CRM Hakimiyeti	[]	[]	[]
Ölçeklenebilirlik	[]	[]	[]
TOPLAM PUAN	___/25	___/25	___/25

AJANS CHECKLIST (Puanlama Kriterleri)

Aday ajanslarda aşağıdaki yetkinlikleri mutlaka sorgulayın:

- [] **Turizm Referansı:** Benzer segmentte (Resort/City/Adults Only) başarılı vaka çalışmaları var mı?
- [] **Üretim Kapasitesi:** Aylık kaç Reels, Story ve Post üretileceği sayısal olarak net mi?
- [] **Raporlama:** KPI dashboard (Looker Studio vb.) ve aylık analiz sunumu sağlıyor mu?
- [] **Kriz/Yorum Yönetimi:** Olumsuz yorum ve kriz anlarında müdahale kapsamı ve hızı (SLA) nedir?
- [] **Haklar:** Üretilen ham ve işlenmiş görüntülerin kullanım hakları otele mi ait?
- [] **Operasyonel Bilgi:** Call Center, WhatsApp ve PMS (Otel Sistemi) akışlarına hakim mi?

KRİTİK SÖZLEŞME MADDELERİ

- **Kapsam:** İçerik sayısı, format dağılımı (Video/Görsel) ve reklam yönetim detayları.
- **Rutinler:** Haftalık/Aylık toplantı sıklığı ve rapor teslim günlerinin sabitlenmesi.

- **SLA:** Yanıt süreleri, onay süreçleri ve revizyon sınırlarının (Örn: max 2) belirlenmesi.
- **Kullanım:** İçeriklerin Ads, Web veya basılı materyallerde yeniden kullanım hakları.
- **Performans:** Ölçüm standartları (UTM yapısı, promo kodlar ve ana KPI seti).

Deliverables

Hibrit Model Karar Matrisi, Ajans Seçim Checklist'i, Örnek Sözleşme Taslağı.