

Direct Booking Planlama & Avantaj Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, doğrudan rezervasyon stratejinizi fiyat eşitliği (rate parity) sınırları içerisinde; avantaj seti, mesaj dili, kanal akışı ve KPI bazlı tek bir tabloda planlamanızı sağlar. Web sitesi, çağrı merkezi ve metasearch kanallarının görevlerini netleştirerek, OTA'ların sağladığı görünürlükten faydalanıp final satışın resmi kanallarda kapanmasını hedefler.

Kim Kullanır?: Otel sahibi/GM, gelir yöneticisi, satış-pazarlama ekibi, çağrı merkezi lideri ve performans ajansı.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Avantaj Tasarımı:** "Resmi site avantaj seti"ni belirleyin ve misafiri ikna edecek tek cümlelik ana mesajınızı yazın.
- Akış Kurgusu:** Web, call center ve metasearch arasındaki geçiş kurallarını ve SLA sürelerini tanımlayın.
- Ölçüm ve Ölçekleme:** KPI hedeflerinizi girerek 90 günlük sprint planı dahilinde stratejiyi test edip optimize edin.

B) Template İçeriği (Worksheet)

1) Advantage Stack (Rate Parity İçinde)

Bkz. Görsel: Esneklik, Paket, Sadakat ve Hızlı Destek kategorilerinde avantaj tanımları ve kanal bazlı gösterim yerleri.

2) "Resmi Site Mesajı" (Tek Cümle)

- Mesaj:** " _____ "

3) Kanal Akışı (OTA → Direct)

Bkz. Görsel: Keşif (OTA), Araştırma (Web), Kapanış (Call Center) ve Niyetli Trafik (Metasearch) aşamaları için transfer kuralları ve sonraki adım protokolleri.

4) KPI Seti (Hedef + Sorumlu)

Bkz. Görsel: Direct pay, Web CR, Call close rate ve Net Revenue için hedef değerler ve sorumlu atamaları.

5) 90 Günlük Sprint Planı

- Sprint 1 (Gün 1–14):** Avantaj setinin yayına alınması, UX iyileştirmeleri ve SLA sürelerinin netleşmesi.
- Sprint 2 (Gün 15–45):** Özel landing sayfaları, metasearch entegrasyonu ve call center satış scriptlerinin güncellenmesi.

- **Sprint 3 (Gün 46–90):** KPI panel analizi, OTA'dan direkt kanala pay kaydırma ve başarılı kurguların ölçeklenmesi.

Nasıl Doldurulur? (5 Kritik Kural)

1. **Değer Odaklılık:** Sunduğunuz avantajlar sadece "indirim" değil, misafir için "değer veya özel koşul" (geç çıkış, hoşgeldin ikramı vb.) odaklı olmalıdır.
2. **Net Mesaj:** Resmi site mesajı, karmaşıklıktan uzak ve tek cümlede faydayı özetlemelidir.
3. **Yazılı Protokol:** Call center yanıt süreleri (SLA) ve transfer koşulları mutlaka yazılı dökümana (SOP) bağlanmalıdır.
4. **Finansal Bağ:** Tüm KPI'lar, komisyon maliyetlerinden arındırılmış "net gelir" ile ilişkilendirilmelidir.
5. **Öğrenim Kültürü:** Her sprint sonunda neyin işe yarayıp neyin yaramadığına dair kısa bir "öğrenim notu" düşülmelidir.

Kontrol Listesi

- [] Avantaj seti seçildi ve ikna edici mesaj yazıldı mı?
- [] Web, call center ve metasearch rolleri birbirini tamamlayacak şekilde netleşti mi?
- [] Ölçülebilir KPI hedefleri ilgili sorumlulara atandı mı?
- [] 90 günlük uygulama ve test planı takvime işlendi mi?
- [] Tüm kanallardaki iç linkleme ve yönlendirme hedefleri eşleşti mi?

Deliverables

- **Çıktılar:** Advantage Stack Tablosu, Kanal Akış SOP'si, KPI Hedef Çizelgesi, 90 Günlük Uygulama Planı.

90 Günlük Direct Booking Aksiyon Planı (Sprint)

Gün 1-14: Temel & Hız (Sprint 1)

- Advantage Stack Belirle & Mesaj Yaz
- Web UX Hızlı Kazanım (Mobil Hız)
- Call Center SLA & Script Kurulumu

Gün 15-45: Trafik & Kapanış (Sprint 2)

- Kampanya Landing Sayfaları
- Metasearch Yönlendirme & Bütçe
- Script Standardizasyonu & Eğitim

Gün 46-90: Ölçüm & Ölçekleme (Sprint 3)

- KPI Paneli & Haftalık Review
- Kontrollü Pay Kaydırma (OTA→Direct)
- Başarılı Kurguyu Ölçekleme

✔ Sprint Mantığıyla Uygula, Sonuçları Ölç

"90 günlük doğrudan rezervasyon planı ve hızlı uygulama çerçevesi kartı."

Direct Booking Payı & Net Gelir Etkisi (Aylık)

DIRECT PAYI (Share):
%32 (Hedef: %30)



Analiz Notu: Direct pay artışı, komisyon maliyetini düşürerek net kârlılığı %25 artırdı.

Sorumlu: Gelir Yönetimi, Tarih: Bu Ay

NET GELİR (Revenue):
₺1.5M (Geçen Ay: ₺1.2M)



"Doğrudan kanal payı ve net gelir (Net Revenue) KPI takip ekranı."