

# Dönüşüm Değeri Hesaplama & Modelleme Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, otellerde rezervasyon ve lead (form/telefon) dönüşümlerine stratejik bir parasal değer atamak için pratik bir modelleme çerçevesi sunar. Ortalama değerlerle (ADR/Nights) güvenli bir başlangıç yapmanızı, veri olgunlaştıkça oda tipi, pazar ve sezona göre bu değerleri inceltmenizi sağlar. Amacı, Google Ads ve Meta'da **Value-Based Bidding** (Değer Bazlı Teklif Verme) geçişini hatasız yönetmektir.

**Kim Kullanır?:** Pazarlama ve Performans Ekipleri, Revenue Management ve Ajans Ölçüm Liderleri.



“Modelleme adımlarını, hesaplama yöntemlerini ve geçiş kurallarını özetleyen 1:1 kart.”

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Rezervasyon Verisi:** Gerçek ortalama rezervasyon değerlerini ( $ADR \times \text{Gece Sayısı}$ ) sisteme girin.
- Lead Değeri Modelleme:** CRM veya çağrı merkezi verilerinden "Lead → Rezervasyon" dönüşüm oranını girerek her formun veya aramanın tahmini değerini (Lead Value) hesaplayın.
- Kademeli Geçiş:** Pilot kampanya ve segment geçiş planını doldurarak, algoritmaların yeni değerleri öğrenmesi için gereken süreci yönetin.

## Modelleme Tabloları & Formüller

Reklam bütçenizi yöneten algoritmaları şu matematiksel modelle besleyin:

### A) Rezervasyon Değeri (Gerçek)

- Formül:**  $\$Avg. ADR \times Avg. Length of Stay$
- Parametreler:** Brüt Tutar, Para Birimi, Vergi Durumu.

### B) Lead Değeri (Tahmini)

- Formül:**  $\$Lead \rightarrow Booking \ CR \times Avg. Booking \ Value = Lead \ Value$
- Örnek:** %10 dönüşüm oranı  $\times$  \$ 20.000 TL ortalama rezervasyon = 2.000 TL Lead Değeri.

## Kademeli Değer Bazlı Geçiş Planı

Zaman Dilimi	Odak Alanı	Kritik Aksiyon
Hafta 1–2	Ölçüm QA	Değerlerin (value/currency/ID) tüm platformlara doğru aktığından emin ol.
Hafta 3–6	Pilot Uygulama	Belirli bir pazarda veya kampanyada Value-Based Bidding'i başlat.
Hafta 7–12	Segmentasyon	Sezonluk veya pazar bazlı (Örn: DACH vs Yerel) değerleri sisteme tanıt.
365 Gün	Optimizasyon	Sezon ve maliyet değişimlerine göre değerleri periyodik güncelle.

## Değer Bazlı Ölçüm Checklist'i

- Rezervasyon **value** ve **currency** verileri platformlar arasında tutarlı mı?
- Lead dönüşüm oranı (CR) güncel CRM verilerine mi dayanıyor?
- Atanan değerler aşırı yüksek/düşük mü? (Kademeli ve gerçekçi artış yapıldı mı?)
- Pilot sonrası performans trendi (ROAS artışı) yakından izleniyor mu?
- Sezon geçişleri için (Yaz vs Kış) revizyon takvimi belirlendi mi?

## Deliverables

Rezervasyon/Lead Değerleme Tablosu, Kademeli Geçiş Planı, Değer Bazlı Teklif Verme QA Checklist'i.



“Değerleme şablonu çıktılarını, pilot planını ve uygulama kanıtlarını özetleyen deliverables kartı.”