

Email Funnel & Sadakat KPI Rehberi — Satış & Dönüşüm Raporları (v1.0)

Asset Amaç: Bu mini rehber, CRM ve e-posta kampanyalarını gönderim→açılma→tıklama→rezervasyon funnel'ında ölçmek ve tekrar rezervasyon/sadakat KPI'larıyla yönetmek için hazır şablon sunar. Amaç, open/click odaklı raporlamayı bırakıp booking rate, repeat share ve LTV etkisiyle gelir üreten segment ve kampanyaları büyütmektir.

Kim Kullanır?: CRM yöneticisi, pazarlama ekibi, revenue yönetimi ve satış sonrası destek liderleri.

Nasıl Kullanılır?

- Kampanyaları Etiketleyin ve Sınıflandırın:** Yapılan e-posta gönderimlerini türlerine göre (Erken Rezervasyon, Sadakat, Reaktivasyon, Özel Gün) veritabanında doğru etiketlerle ayırıştırın.
- Funnel KPI'larını Kampanya Bazında İzleyin:** Gönderimden rezervasyona kadar tüm dönüşüm basamaklarını (Open Rate, Click Rate, Booking Rate, Revenue per Email) düzenli raporlayın.
- Kazanan Segmentlere Yatırım Yapın:** Repeat Share (tekrar konaklama payı) ve LTV etkisini analiz ederek en yüksek dönüşüm getiren kitlelere özel bütçe ve teklif kurguları ayırın.

MINİ GUIDE (5 BÖLÜM)

1) Email Funnel Sözlüğü & Temel Metrikler

- Funnel Akışı:**
Send(Gönderim) → Open(Açılma) → Click(Tıklama) → Booking(Rezervasyon) → Repeat(TekrarSatış)
- Open Rate (Açılma Oranı):** İletilen e-postaların açılma yüzdesi (Konu başlığı ve pre-header başarısı).
- Click Rate (Tıklama Oranı):** Açan kullanıcıların içerikteki teklif veya butonlara tıklama oranı (İçerik ve teklif uyumu).
- Booking Rate (Rezervasyon Oranı):** E-posta üzerinden gelip rezervasyonu tamamlayan kullanıcıların oranı.
- Revenue per Email (E-Posta Başına Gelir):** Elde edilen toplam e-posta cirosunun, gönderilen toplam başarılı e-posta sayısına oranı.
- Repeat Share (Sadakat Payı):** E-posta kampanyaları üzerinden gelen toplam rezervasyonlar içinde tekrar konaklayan (repeat) misafirlerin yüzdesi.

2) Kampanya Türü – Segment Matrisi

Kampanya Türü	Hedef Segment	Temel Odak & Mesaj
Early Booking	Planlayan Segment (Erken Rezervasyoncular)	Sezon öncesi avantajlı fiyatlar ve oda garantisi teklifleri.
Loyalty / VIP	Repeat Segment (Sadık Misafirler)	Kişiye özel ayrıcalıklar, indirim kodları ve ücretsiz upgrade.
Reactivation	Dormant Segment (Uyuyan Misafirler)	12+ aydır konaklamamış kitleye "Sizi Özledik" temalı özel teklifler.
Special Day	Hızlı Karar Segmenti (Hafta Sonu / Tatil)	Sevgililer günü, bayram veya son dakika kaçamak paketi kurguları.

3) KPI Hedef Kartı (Şablon)

- 🎯 **Booking Rate Hedefi:** % _____
- 🔄 **Repeat Share (Tekrar Satış Payı) Hedefi:** % _____
- 💰 **Revenue / Email (Gönderim Başı Gelir) Hedefi:** € _____
- 📊 **30 Günlük Trend & Performans Notu:**

4) 3 Senaryo & Aksiyon Planı

- **Açılıyor, Satmıyor:** E-posta açılma ve tıklaması yüksek ancak rezervasyon düşüyorsa; landing page hızı, mobil ödeme sürtünmesi veya oda müsaitliği/fiyat uyumsuzluğunu giderin.
- **Satıyor, Tekrar Gelmiyor:** Rezervasyon getiriyor fakat misafir tekil kalıyorsa; konaklama sonrası (post-stay) otomatik e-posta akışları ve sadakat kulübü puan kurguları başlatın.
- **Az Satıyor, LTV Yüksek:** Kampanyanın toplam rezervasyon adedi düşük ama gelen misafirin harcama hacmi ve LTV'si yüksekse; bu segmenti genişletmek için hedefleme ve bütçeyi artırın.

5) CTA & Next Step

CRM ve e-posta pazarlama kanallarınızın doğrudan gelire katkısını ve sadakat dönüşümlerini analiz etmek için:

- **CTA (Primary):** CRM & E-posta Pazarlama Dönüşüm Analizi Talep Et

KAMPANYA BAZLI EMAIL FUNNEL KPI TABLOSU

Kampanya Türü	Gönderim (Send)	Open Rate (%)	Click Rate (%)	Booking Rate (%)	Revenue / Email	Repeat Share (%)
Early Booking 2026	45,000	%34.2	%6.8	%1.8	€2.40	%28.0
Loyalty Private Offer	12,000	%48.5	%12.4	%4.5	€8.10	%82.0
Reactivation (Sizi Özledik)	28,000	%22.1	%3.1	%0.7	€0.95	%45.0
Special Day Kaçamağı	18,500	%31.0	%5.5	%1.4	€1.85	%35.0

DELIVERABLES (TESLİM EDİLECEK ÇIKTILAR)

- 1x Email Funnel & Sadakat KPI Sözlüğü Dokümanı (v1.0)
- 1x CRM Segmentasyon ve Kampanya Takip Tablosu Şablonu
- 1x Otomatik Post-Stay & Sadakat E-posta Senaryo Akış Haritası
- 1x E-posta Gelir ve LTV Etkisi Analiz Raporu



[Diagram] — “Email funnel diyagramı, otel bağılamı”

1920×1080px geniş ekran formatında, E-posta Pazarlama ve Sadakat Dönüşüm Hunisi Diyagramı. E-posta Gönderimi (Send) → Açılma (Open) → Tıklama (Click) → Rezervasyon Engine (Booking) → Tekrar Konaklama (Repeat) adımlarındaki kullanıcı kaybı ve geçiş oranlarını gösteren şema.

[Table] — 1200×1200 —

crm-ve-email-pazarlama-donusum-raporlari-sadakat-table-09.webp —
“Kampanya KPI tablosu, otel bağılamı”

1200×1200px kare formatında, E-posta Kampanya Türleri ve Dönüşüm Metrikleri Tablosu. Erken Rezervasyon, Sadakat, Reaktivasyon ve Özel Gün kampanyalarının Açılma, Tıklama, Rezervasyon Oranları ile E-posta Başına Gelir (€) değerlerini kıyaslayan görsel tablo.

SADAKAT & BOOKING PERFORMANSI (CRM)

BOOKING RATE (Satış Dönüşümü)

%2.5

(↑ Hedef: %2.0)

Tıklama Oranı:
%15

Kampanya:
Yaz Paketi

REPEAT SHARE (Tekrar Rezervasyon Payı)

%28

(↑ Geçen Ay: %24)

Tekrar Sayısı:
450

Segment:
2+ Kez Gelenler

SADAKAT GELİRİ (Revenue per Repeat)

€350

(↑ Hedef: €300)

LTV Etkisi:
+%12

Toplam Gelir:
€157K

Aksiyon: LTV yüksek segment için özel sadakat kampanyası başlat.

[KPI Card] — “Sadakat KPI kartı, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, CRM ve Sadakat Performans KPI Kartı.
Ortalama Booking Rate (%), Repeat Share (%), Revenue per Email (€) ve CRM Kaynaklı Toplam Konaklama Cirosunu gösteren performans kartı.