

Hedef Pazar & OTA Kanal Dağılımı Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; Almanya, Rusya ve İngiltere gibi ana kaynak pazarlar için OTA stratejinizi "tek fiyat herkese" hatasından kurtarıp; pazar bazlı kanal rolleri, Geo-Pricing (coğrafi fiyatlandırma) ve özelleştirilmiş kampanya takvimlerine dönüştürmek için hazırlanmıştır. Pazar bazlı "Market Card"lar aracılığıyla 90 günlük aksiyon planınızı netleştirir ve ekiplerin (Satış, RM, GM) aynı stratejik dili konuşmasını sağlar.

Kim Kullanır?: Genel Müdür (GM), Revenue Manager (RM), Satış Direktörü ve Kanal/Ajans yöneticileri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Market Card:** Her ana pazar için demografik ve davranışsal verileri içeren "Market Card" bölümünü doldurun.
- Kural Seti:** Kanal rollerini ve fiyat türetme kurallarını (Base vs. Derived Rate) şablona işleyerek indirim tavanlarını kilitleyin.
- İcraat:** 90 günlük kampanya takvimini oluşturun ve haftalık KPI ritmiyle pazar performansını anlık güncelleyin.

A) Template — Boş Şablon Alanları

1) Market Card (Pazar Odaklı Profil)

- Pazar:** (Germany / Russia / UK / Diğer) [_____]
- Rezervasyon Penceresi:** (Erken / Orta / Son Dakika) [_____]
- Ana Segment:** (Aile / Çift / İş / Karma) [_____]
- İçerik Dili:** (DE / RU / EN) [_____]
- Ana Mesaj (USP):** [_____]
- Hızlı Kazanım Hipotezi:** [_____]

2) Kanal Rolü ve Dağılımı

- Ana Kanal:** [] | **Destek Kanal:** []
- Kanal Rolü:** (Acquisition / Stabilization / Value) [_____]
- Notlar:** [_____]

3) GeoPricing & Fiyat Kuralları

- BaseRate Kaynağı:** (PMS / RMS / CM) [_____]
- İndirim Türleri:** (Geo / Mobile / Loyalty / Campaign) [_____]
- Max İndirim Tavanı (Stacking Dahil):** [%____]
- Stacking (İndirim Katlama) Kuralı:** (Evet/Hayır) [_____]

4) CampaignCalendar (90 Günlük Projeksiyon)

- **Gün 1–30:** [_____]
- **Gün 31–60:** [_____]
- **Gün 61–90:** [_____]
- **Parite Kontrol Ritmi:** (Haftalık / Günlük) [_____]

B) Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)


1. **Davranış Odaklılık:** Market Card doldururken "ülke ismi" değil, o pazarın "rezervasyon davranışı"nı (Örn: Erken rezervasyon yapan Alman aileler) yazın.
2. **Fiyat Disiplini:** BaseRate'i tek kaynağa kilitleyin; DerivedRate'leri (türetilmiş fiyatlar) mutlaka bir "maksimum indirim tavanı" ile sınırlayın.
3. **Özelleştirilmiş Takvim:** Kampanya takvimini pazarın tatil dönemlerine ve rezervasyon penceresine göre ayarlayın; "kopyala-yapıştır" stratejilerden kaçının.
4. **Segment Bazlı İzleme:** KPI'ları toplam sonuç yerine pazar bazlı izleyin; toplam ADR başarısı, zarar eden bir pazarı maskeleyememeli.
5. **Hipotez Testi:** Her hafta tek bir değişkeni (Örn: Min. gece kalış veya mobil indirim oranı) test edip sonuçlarını kaydedin.

C) Kontrol Listesi & Deliverables

- [] 3 Ana pazar (DE/RU/UK) için Market Card'lar tamamlandı.
- [] Kanal rollerine göre (Kazanım vs. Karlılık) dağılım haritası net.
- [] 90 Günlük CampaignCalendar ve onay süreci tanımlandı.
- [] Haftalık KPI ritmi ve aksiyon notu sayfası oluşturuldu.

90 Günlük Pazar Bazlı OTA Aksiyon Planı

- ✓ **Gün 1-30:** Pazar Kartları, Kanal Rolü ve Dil Yerelleştirmesi
- ✓ **Gün 31-60:** Kampanya Takvimi Oluşturma & İndirim Tavanları
- ✓ **Gün 61-90:** Pazar Bazlı KPI İzleme & İterasyon Sprinti



“90 günlük pazar bazlı aksiyon planı görsel kartı, uygulama”

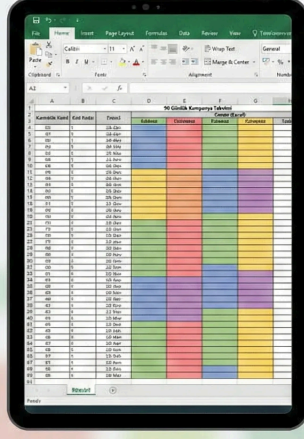
Strateji Çıktıları (Deliverables)



3x Market Card
Şablonu (PDF)



Kanal Rolü ve
Geo Kural Haritası



90 Günlük Kampanya
Takovimi (Excel)



Haftalık KPI
Takip Formu

Uygulanabilir & Ölçülebilir Sonuçlar

“Şablon ve çıktılar kartı, strateji deliverables kanıtı”