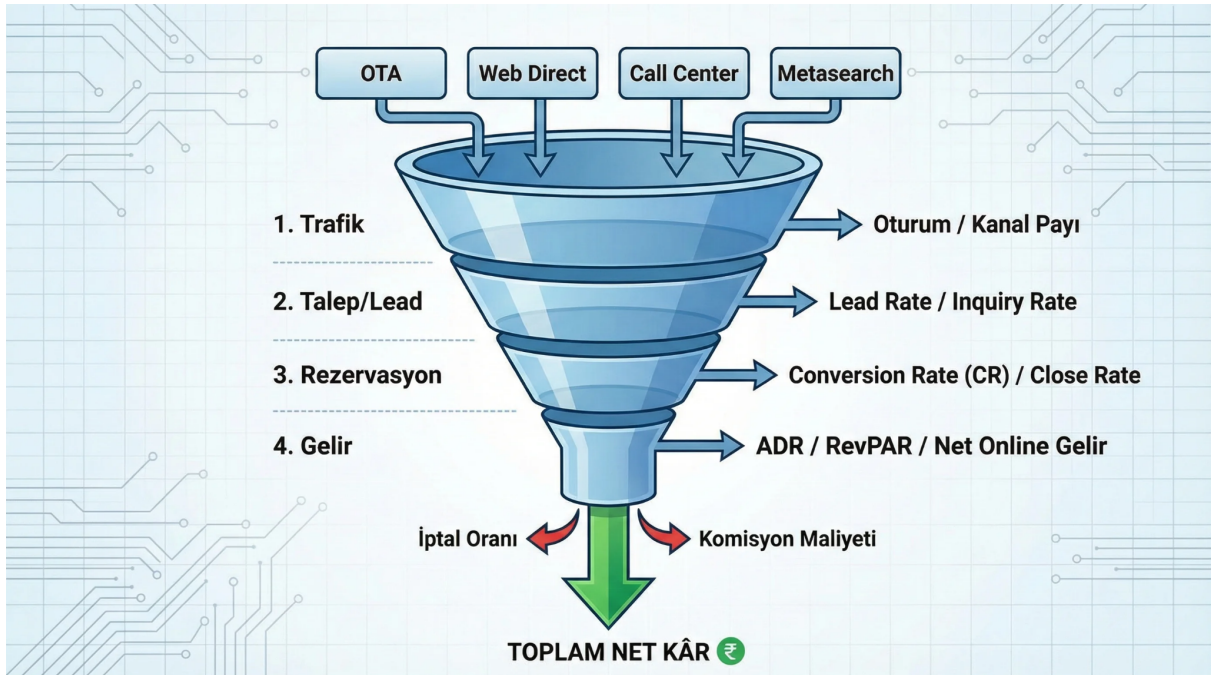


İlk 90 Gün Online Satış Aksiyon Checklist (v1.0)

Asset Amacı: Bu asset, otellerin tüm satış kanallarını tek bir huni mantığında toplayarak ilk 90 günde ölçülebilir bir iyileştirme yapmalarını sağlar. Ölçüm, önceliklendirme ve hızlı test süreçlerini 14 günlük sprint yapılarına bölerek yönetim ekibinin stratejik önceliklerini netleştirir.

Kim Kullanır?: Otel satış-pazarlama yöneticileri, gelir yöneticileri (Revenue Managers), ajans liderleri ve çağrı merkezi sorumluları.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Baseline Belirleme:** İlk hafta mevcut KPI değerlerinizi tabloya işleyerek başlangıç noktanızı netleştirin.
2. **Odaklanmış Sprint:** En büyük kayıp noktasını (tikanıklığı) seçerek 14 günlük iyileştirme sprintini başlatın.
3. **Ölçekleme:** Başarılı olan aksiyonları tüm kanallara yayın ve raporlama ritmini sabitleyin.

Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

- ☐ [] Kanal bazlı trafik ve gelir verileri tek bir konsolide tabloda toplandı.
- ☐ [] Funnel KPI'ları (Trafik → Lead → Dönüşüm) baseline olarak çıkarıldı.
- ☐ [] İptal oranları ve komisyon maliyetleri "Net Gelir" perspektifiyle raporlandı.
- ☐ [] Çağrı merkezi (Call Center) SLA süreleri ve geri dönüş hızları ölçülmeye başlandı.
- ☐ [] Metasearch kanallarında "Marka Savunması" (Brand Protection) performansı ayrı izleniyor.
- ☐ [] Müdahale edilecek "En Büyük Kayıp Noktası" stratejik odak olarak seçildi.

Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm (Test)
Trafik var, rezervasyon yok	Landing/teklif uyumsuzluğu	Teklif netliği + Sayfa uyumu A/B testi
Rezervasyon var, net gelir düşük	OTA komisyon baskısı	Direct teşvik + Paket/Avantaj kurgusu
Lead var, satış yok	Call Center SLA zayıflığı	15 dk geri dönüş kuralı + CRM takibi
Metasearch maliyeti yüksek	Marka/Non-brand ayrımı yok	Kampanya segmentasyonu + Landing iyileştirme
İptal oranı yüksek	Politika belirsiz/Yanlış segment	İptal politikası testi + Ön ödeme seçeneği

14 Günlük Sprint Planı (Özet)

- **Gün 1-4:** KPI baseline tespiti, funnel haritasının çıkarılması ve mobil öncelikli rezervasyon akış incelemesi.
- **Gün 5-7:** Call Center takip şablonları, Metasearch segmentasyonu ve ilk teklif/landing testinin canlıya alınması.
- **Gün 8-11:** Veri anomali kontrolü, UX/hız testleri ve Call Center script güncellemeleriyle mini raporlama.
- **Gün 12-14:** Kazanan varyasyonun ölçeklenmesi, net gelir analizi ve sonraki sprint backlog'unun oluşturulması.

90 GÜNLÜK UYGULAMA PLANI & SPRINTLER

1. 0-14 GÜN: ÖLÇÜM & TEŞHİS

- ☒ KPI Baseline Çıkar
- ☒ Veri Kaynaklarını Doğrula
- ☒ En Büyük Kaybı Seç (Tıkanma Analizi)

2. 15-45 GÜN: HIZLI KAZANIM TESTLERİ

- ☐ Web UX/Hız İyileştirme
- ☐ Teklif Netliği Testi
- ☐ Call Center SLA Kurulumu

3. 46-90 GÜN: KANAL KARMASI OPTİMİZASYONU

- ☐ Direct Teşvik Kurgusu
- ☐ Segment Bazlı Fiyatlandırma
- ☐ Raporlama Ritmi

20%

Hedef: Veri Odaklı, Ölçülebilir Büyüme

Öncesi / Sonrası KPI Tablosu (Şablon)

KPI	Önce (Baseline)	Sonra (Sprint Sonu)	Not
Web Conversion Rate			Dönüşüm oranı
ADR (Avg. Daily Rate)			Ortalama fiyat
RevPAR			Oda başı gelir
OTA Komisyon Oranı			Maliyet etkisi
İptal Oranı			Kayıp oranı
Call Center Close Rate			Satış kapama

Deliverables

- Funnel KPI Paneli, 90 Günlük Aksiyon Planı, Call Center SLA Şablonu, Test ve İç Link Planı.

