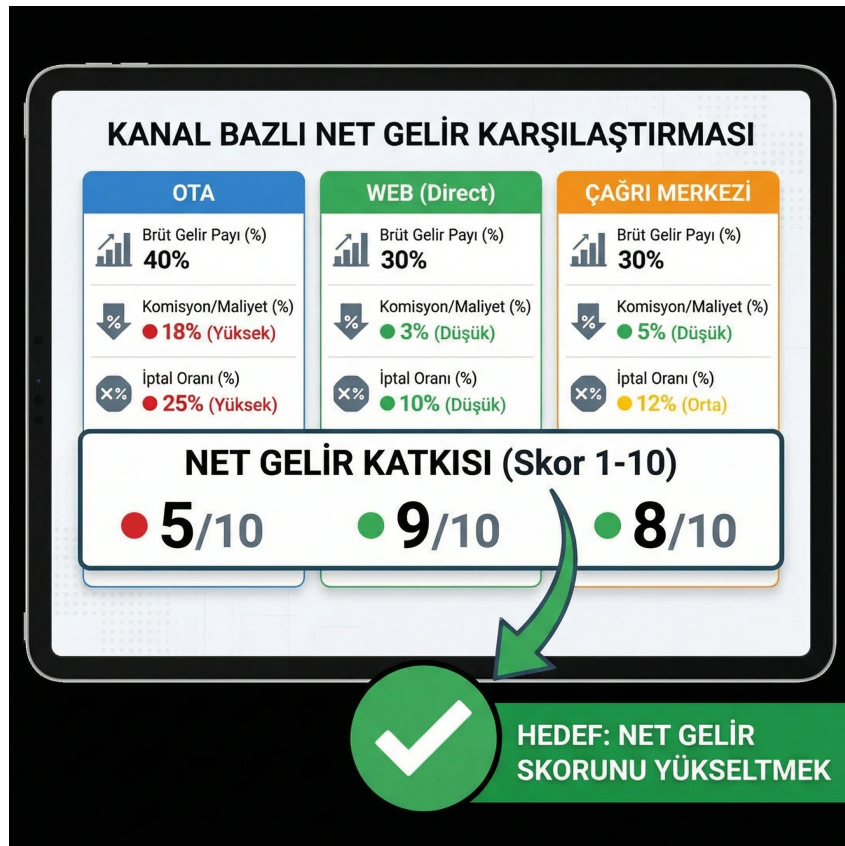


Kanal Dağılımı Planlama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, OTA, Web ve Call Center kanallarını sadece birer satış kanalı olarak değil; rol, KPI, komisyon maliyeti ve iptal riski ekseninde birer stratejik varlık olarak planlamanız için hazırlanmıştır. Amacı, yüksek komisyonlu kanallardan doğrudan satışa (direct booking) güvenli ve kârlı bir geçiş senaryosu kurgulamaktır.

Kim Kullanır?: Otel sahipleri, gelir yöneticileri (Revenue Managers), satış-pazarlama müdürleri ve ajans yöneticileri.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Tanımlama:** Her satış kanalı için net bir rol biçin (Örn: OTA için "Hacim ve Görünürlük", Web için "Sadakat ve Kâr") ve 3 temel KPI belirleyin.
- Senaryo Kurulumu:** Mevcut dağılım verilerini girerek, komisyon ve iptal oranlarını "Net Gelir Etkisi" tablosunda kıyaslayın.
- Aksiyon Planı:** 12 aylık takvimi, kanallar arası rekabeti değil sinerjiyi artıracak kampanya ve envanter kararlarıyla doldurun.

B) Template: Kanal Karması Worksheet

1) Kanal Rol & KPI Tanımı

- **OTA Rolü / KPI'lar:** _____ / (Örn: Market Share, ADR, Cancel Rate)
- **Web (Direct) Rolü / KPI'lar:** _____ / (Örn: Conversion Rate, CPA, LTV)
- **Call Center Rolü / KPI'lar:** _____ / (Örn: Close Rate, Upsell Ratio, Talk Time)

2) Net Gelir Etkisi (Kıyaslama Tablosu)

(Kanal bazlı komisyon ve iptal risklerini işleyerek net gelir notunuzu oluşturun.)

3) Kampanya & Envanter Stratejisi

- **OTA Kampanyası (Hacim):** _____ (Örn: Erken Rezervasyon / Last Minute)
- **Web Kampanyası (Değer):** _____ (Örn: Sadece web'e özel %5 indirim + Spa çeki)
- **Envanter Kuralı:** (Örn: En son oda tipini sadece Direct kanallarda tutma stratejisi)

12 Aylık Aksiyon Planı (Özet)

- **Ay 1–2 (Hazırlık):** Kanal bazlı maliyet analizi ve direct booking teşvik kurgusunun kurulması.
- **Ay 3–6 (Aksiyon):** Web özel kampanyaların yayına alınması ve Call Center upsell eğitimleri.
- **Ay 7–12 (Optimizasyon):** Yüksek sezon performans takibi ve OTA envanterinin dinamik yönetimi.

Kanal Karması Kontrol Listesi

- ☐ Kanalların rollerini tek cümleyle (Net Gelir odaklı mı, Hacim odaklı mı?) netleştirdim.
- ☐ Komisyon ve iptal etkisini, brüt cirodan bağımsız "Net Gelir" olarak okudum.
- ☐ Kampanyaları kanallar arasında fiyat savaşına girmeyecek şekilde farklılaştırdım.
- ☐ Envanteri (oda tiplerini) kanalın stratejik önemine göre paylaştırdım.

Deliverables

- Channel Mix Planner (PDF), Net Gelir Karşılaştırma Matrisi, 12 Aylık Uygulanabilir Plan Kartı.

