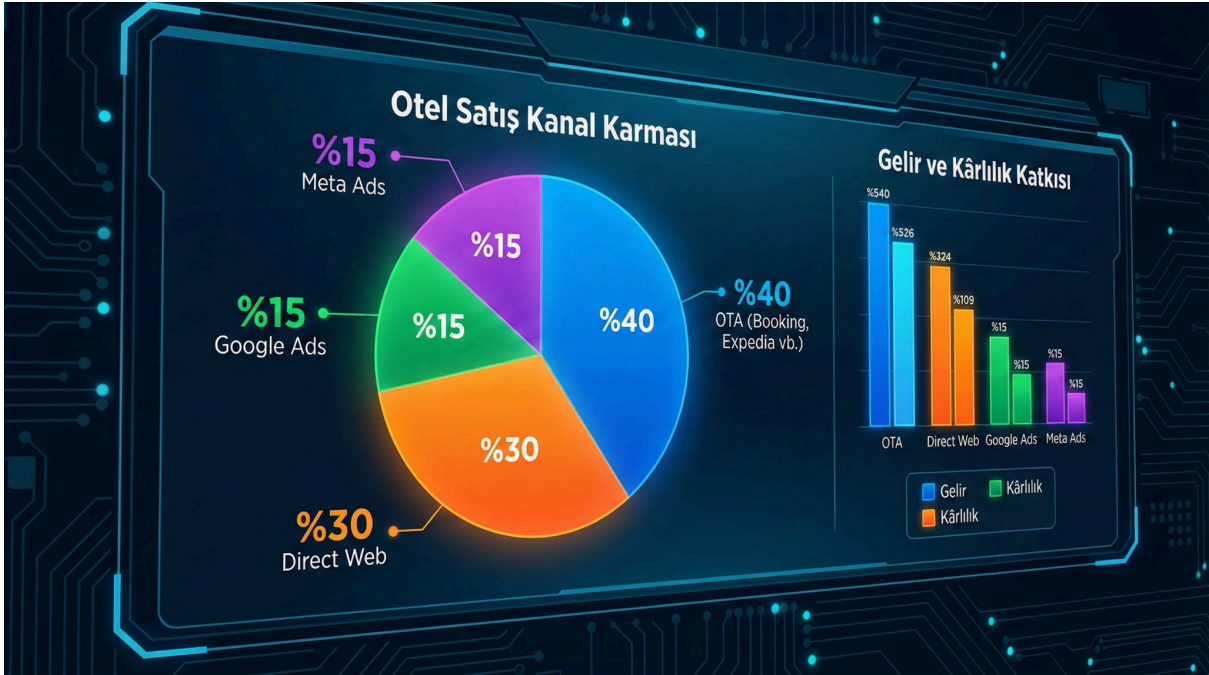


# Kanal Karması Karar Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon; Google Ads, Meta Ads, OTA ve direkt rezervasyon kanallarını gelir, maliyet ve kârlılık proxy'si üzerinden tek bir tabloda kıyaslamayı sağlar. OTA komisyonlarını maliyet olarak netleştirirken, direkt kanaldaki reklam harcamalarını "etkin komisyon" yaklaşımıyla yönetim diline çevirerek "artır, kıs, optimize et veya rol değiştir" kararlarını kolaylaştırır.

**Kim Kullanır?:** Otel Yönetimi, Gelir Yönetimi (Revenue Management), Pazarlama Ekibi ve Ajanslar.



“Kanal karması grafiği, otel satış dağılımını (Google/Meta/OTA/Direct) yönetim için netleştirir.”

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Etiketleme & Veri Girişi:** Kanalları rollerine göre (Closing, Intent, Demand, Direct) etiketleyin ve ilgili dönem verilerini tabloya girin.
- Hesaplama:** OTA komisyon maliyetini ve direkt satışların "etkin komisyon" (Reklam Harcaması / Direkt Gelir) oranını hesaplayarak kârlılık proxy'sini oluşturun.
- Karar Mekanizması:** Her kanal için kârlılık ve verim durumuna göre aksiyonunuzu (Artır / Kıs / Optimize Et / Rol Değiştir) netleştirin.

## Kanal Bazlı Karar Matrisi

### Kanal → Rol → Kârlılık Proxy'si → Karar

Kanalların performansını şu metriklerle analiz ederek stratejinizi belirleyin:

- **Google Brand:** "Closing" rolündedir; ROAS/CPA üzerinden kârlılık takibi yapılır.
- **Google Generic:** "Intent" (Niyet) aşamasındadır; ROAS/CPA odaklı optimize edilir.
- **Meta Prospecting:** "Demand" (Talep) yaratma rolündedir; CPA ve asist (destek) katkısı ile ölçülür.
- **OTA:** "Distribution" (Dağıtım) kanalıdır; net gelir, brüt gelirden komisyon çıkarılarak hesaplanır.
- **Direct:** "Direct" satış rolündedir; reklam ve operasyon maliyetleri üzerinden "Etkin Komisyon" oranıyla takip edilir.

## Hesaplama & Karar Kuralları

### Hızlı Hesap Kutuları

- **OTA Komisyon Maliyeti:** OTA Brüt Gelir  $\times$  Komisyon Oranı (%).
- **Direct Etkin Komisyon:** (Google + Meta Reklam Harcaması) / Direkt Gelir.

### Karar Kuralları

- **Artır:** Etkin komisyon oranı düşük ve kârlılık yüksekse.
- **Optimize Et:** Verim orta düzeyde ancak büyüme potansiyeli mevcutsa.
- **Rol Değiştir:** Kanalın üstlendiği rol yanlış KPI (örneğin talep yaratma kanalını ROAS ile yargılamak) ile ölçülüyorsa.
- **Kıs:** Hem verimlilik hem de genel ciroya katkı düşükse.

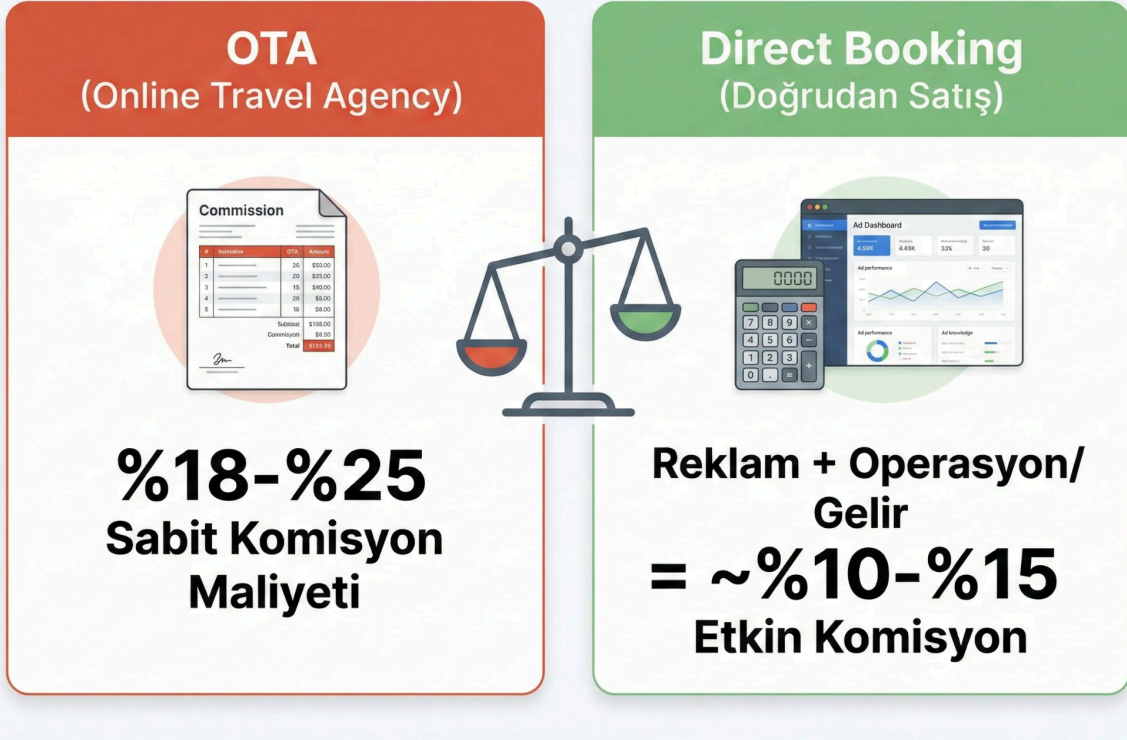
## Kontrol Listesi (Checklist)

- Gelir tanımları (brüt/net) tüm kanallar arasında tutarlı mı?
- OTA komisyon maliyetleri tabloya doğru işlendi mi?
- Direkt satışlar için "Etkin Komisyon" hesabı yapıldı mı?
- Kanal rolleri (Closing/Demand vb.) doğru atandı mı?
- Alınan kararlar 7–14 günlük bir test planına bağlandı mı?

## Deliverables

Kanal Kıyas Tablosu (v1.0), Kanal Karması Grafiği, Yönetim "Tek Cümle Karar" Kutusu.

## OTA Komisyonu vs. Direct Etkin Komisyon



“OTA komisyonu vs. Direkt etkin komisyon kıyaslamasını gösteren 1:1 formatlı analiz kartı.”



“Artır/Kıs/Optimize/Rol Değiştir seçeneklerinin yer aldığı hızlı karar kutusu arayüzü.”