

# Lead Kaynakları & Dönüşüm KPI Rehberi — Satış & Dönüşüm Raporları (v1.0)

**Asset Amaç:** Bu audit sheet, mail/form/WhatsApp gibi lead kaynaklarının performansını lead→teklif→booking zincirinde ölçüp skorlamanızı sağlar. Amaç, lead kalitesi ile satış ekibi takip verimliliğini aynı tabloda görerek kapanışı artıracak aksiyonları önceliklendirmektir.

**Kim Kullanır?:** Satış ekibi, rezervasyon/call center lideri, pazarlama ve CRM sorumluları.

## Nasıl Kullanılır?

- Lead Kaynaklarını ve Segmentleri Belirleyin:** Analiz edilecek talep kanallarını (Mail, Form, WhatsApp, Telefon, DM) ve hedef segmentleri (Grup, Kurumsal, Düğün/Etkinlik, Bireysel) tanımlayın.
- KPI 'ları Girip Skorlayın:** Her bir kaynak için lead→teklif, teklif→booking ve yanıt süresi (SLA) metriklerini audit sheet'e işleyerek 0–5 arası puanlayın.
- SLA ve Takip İyileştirmesi Yapın:** Kırmızı çıkan kanallarda teklif kalitesi ve dönüş hızını artıracak 30 günlük aksiyon planını uygulayın; süre sonunda tekrar ölçüm yapın.

## AUDIT SHEET İÇERİĞİ

### A) Ölçüm Alanları ve Skorlama (0–5 Puan Mantığı)

- Analiz Edilen Kanal:** Kaynak = [ Mail / Form / WhatsApp / Telefon / DM ] | Segment = [ Grup / Kurumsal / Düğün / Bireysel ]

| Ölçüm Kriteri          | Açıklama                                                               | Puan (0–5)   |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Lead Hacmi Yeterliliği | Kanaldan gelen aylık nitelikli talep sayısı hedefleri karşılıyor mu?   | [ ____ / 5 ] |
| Lead → Teklif Oranı    | Gelen taleplerin resmi fiyatlı teklife dönüşme oranı yüksek mi?        | [ ____ / 5 ] |
| Teklif → Booking Oranı | İletilen tekliflerin kesin rezervasyona/kapanışa dönme başarısı nasıl? | [ ____ / 5 ] |

|                                    |                                                                         |              |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Ortalama Yanıt Süresi (SLA)</b> | Talebe ilk dönüş ve teklif hazırlama süresi standartlara uygun mu?      | [ ____ / 5 ] |
| <b>Gelir / Booking (AOV)</b>       | İlgili kaynaktan kapatılan işlerin ortalama bütçe/rezervasyon değeri?   | [ ____ / 5 ] |
| <b>Gelir / Lead (EPL)</b>          | Harcanan efor ve bütçeye kıyasla lead başına düşen ortalama gelir?      | [ ____ / 5 ] |
| <b>Takip ve CRM Sürekliliği</b>    | Teklif sonrası 1-3-7 gün takip disiplini ve kayıt kalitesi eksiksiz mi? | [ ____ / 5 ] |

•

**TOPLAM LEAD SKORU:** [ \_\_\_\_ / 35 ]

#### B) Kırmızı / Sarı / Yeşil Durum Yorum Alanları

- **Kırmızı (0–14 Puan) — Kritik Müdahale:** [ Yavaş yanıt süresi veya düşük teklif dönüşümü var. SLA hedefleri ve şablonlar acilen yenilenmeli. ]
- **Sarı (15–24 Puan) — İyileştirme Alanı:** [ Lead akışı iyi ancak teklif sonrası takip disiplini veya upsell sunumlarında aksamlar mevcut. ]
- **Yeşil (25–35 Puan) — Yüksek Dönüşüm:** [ Hızlı yanıt, yüksek kapanış oranı ve nitelikli gelir üretimi. Kaynak bütçesi ve ekibi genişletilebilir. ]

#### C) İlk 10 Aksiyon Listesi (Şablon)

- WhatsApp SLA Hedefi ve Vardiya:** İlk yanıt süresini maksimum 15 dakikaya indirin, mesai dışı otomatik karşılama kurulumu.
- Mail Teklif Şablonu Standardı:** Görsel ağırlıklı, hızlı özelleştirilebilir ve oda tiplerini net vurgulayan dinamik mail şablonları hazırlayın.
- Form Zorunlu Alan Revizyonu:** Web formlarındaki gereksiz alanları kaldırarak yalnızca tarih, kişi sayısı ve iletişim bilgisini zorunlu tutun.
- Takip Planı (1-3-7 Gün):** İletilen teklifler için 1. gün teyit, 3. gün alternatif öneri, 7. gün son durum takibi otomasyonu kurun.
- Kayıp Nedeni Kodlama:** Olumsuz sonuçlanan teklifler için nedenleri (Fiyat, Kontenjan, Rakip, Yanıt Süresi) CRM'de zorunlu alan yapın.
- Segment Önceliklendirme:** Yüksek bütçeli grup ve kurumsal talepleri öncelikli acil çağrı/teklif kuyruğuna yönlendirin.
- Teklif Kalite Kontrol Checklist'i:** İptal koşulları, dahil olan hizmetler ve geçerlilik süresinin tekliflerde eksiksiz olduğunu doğrulayın.
- CRM Otomasyonları:** Gelen lead'leri satış temsilcilerine otomatik atayan ve SLA aşımında yöneticiye alarm veren kurguyu açın.
- Upsell / Alternatif Öneri Kuralı:** Dolu tarihler veya bütçe aşımı durumunda otomatik alternatif tarih veya bir üst oda kategorisi önerin.

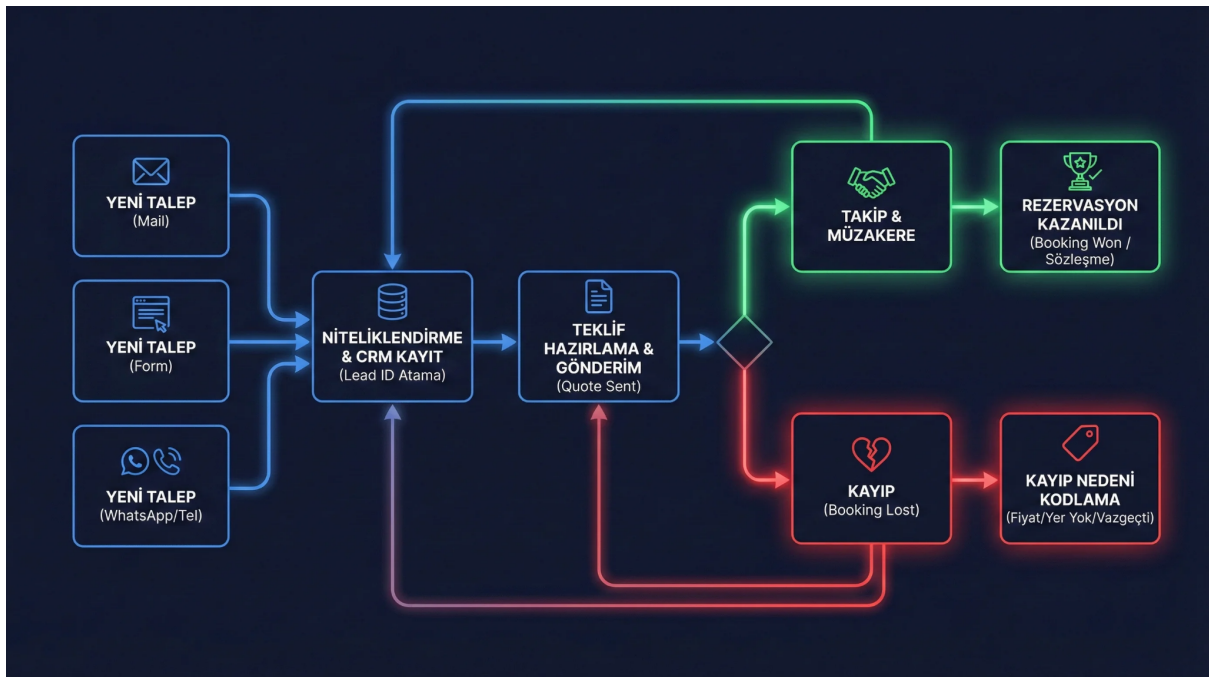
10. **Eğitim / Koçluk Planı:** Düşük kapanış oranına sahip satış temsilcileri için ikna ve itiraz karşılama eğitimleri düzenleyin.

**D) Öncesi / Sonrası İyileştirme Tablosu**

| Kaynak / Segment            | Önce (L→T / T→B / Gelir)   | Sonra (L→T / T→B / Gelir)  | Notlar & Alınan Aksiyon                                    |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------|
| WhatsApp / Düşün & Etkinlik | %40 L→T / %12 T→B / ₺1,200 | %75 L→T / %28 T→B / ₺3,400 | SLA 15 dk'ya düşürüldü, katalog şablonu eklendi.           |
| Mail / Kurumsal MICE        | %55 L→T / %18 T→B / €850   | %80 L→T / %35 T→B / €1,950 | Dinamik teklif şablonu ve 3. gün takip otomasyonu kuruldu. |
| Form / Bireysel VIP         | %30 L→T / %10 T→B / \$400  | %60 L→T / %22 T→B / \$950  | Form basitleştirildi, anlık telefon araması kurgulandı.    |

**DELIVERABLES (TESLİM EDİLECEK ÇIKTILAR)**

- 1x Lead Kaynakları Dönüşüm & Performans Audit Tablosu
- 1x Satış Ekibi SLA ve Teklif Kalite Aksiyon Planı
- 1x 30 Günlük Yeniden Ölçüm & Kapanış Oranı İyileştirme Raporu
- 1x Lead-to-Booking CRM Süreç & Takip Standart Dokümanı



1920×1080px geniş ekran formatında, Lead-to-Booking Talep Dönüşüm Hunisi Akış Diyagramı. Talep Girişi (Mail/WhatsApp/Form) → Nitelikli Lead → Hazırlanan Teklif → Takip Süreci (Follow-up) → Kesin Rezervasyon adımları arasındaki kayıp oranlarını ve geçiş sürelerini gösteren hunisi şeması.

# OTEL SATIŞ HUNİSİ PERFORMANSI (Aylık)

 TOPLAM LEAD HACMI

**1,250**  (↑%12 Geçen Ay)

LEAD → TEKLİF ORANI

**%68**

TEKLİF → BOOKING  
ORANI (KAPANIŞ)

**%24** 

 FİNANSAL KATKI

 Toplam Gelir: **450.000€**

 Gelir/Lead Başına: **360€**

[KPI] — “Lead KPI kartı, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, Lead Performans ve SLA KPI Kartı. Kaynak bazında Ortalama Yanıt Süresi (SLA dk), Lead-to-Quote Oranı (%) ve Quote-to-Booking Kapanış Oranını (%) canlı metriklerle sunan performans kartı.



[Proof] — “Lead dashboard mockup, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, Lead Kaynakları ve Dönüşüm Yönetim Paneli Mockup'ı. Sol tarafta Kanal Skor Tablosu, sağ üstte Temsilci Yanıt SLA Grafiği ve alt bölümde 30 günlük dönüşüm artışını gösteren CRM dashboard ekranı.