

# Mesaj Kaynaklı Lead Alanları Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon; Instagram DM, WhatsApp ve OTA gibi mesaj kanallarından gelen talepleri CRM sisteminde nitelikli birer "Lead"e dönüştürmek için gereken minimum veri setini ve standardizasyon kurallarını belirler. Temel amacı, "kaynak=mesaj" takibini netleştirmek, mükerrer (duplicate) kayıtları engellemek ve segmentasyon için gerekli veriyi (dil, tarih, kişi sayısı vb.) eksiksiz toplamaktır.

**Kim Kullanır?:** CRM Yöneticileri, Çağrı Merkezi Liderleri, Satış ve Pazarlama Ekipleri ile Raporlama Sorumluları.



“Mesaj yönetim paneli üzerinde operatörün lead oluştururken doldurduğu alanların görsel örneği.”

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Sistem Entegrasyonu:** CRM üzerinde bu alanları oluşturun; veri kalitesini korumak için serbest metin yerine mutlaka açılır menü (dropdown) seçeneklerini tercih edin.
2. **Arayüz Tanımlama:** Mesaj yönetim aracınızdaki (Shared Inbox) "Lead Oluştur" butonuna bu zorunlu alan setini ekleyin.
3. **Denetim:** 2 haftalık pilot uygulama ile veri tutarlılığını kontrol edin; mükerrer kayıtları ve eksik bırakılan zorunlu alanları SOP çerçevesinde düzeltin.

## Şablon Alanları (Doldurulacak Alanlar)

### 1) Zorunlu Alanlar (Minimum Veri Seti)

- Lead ID: \_\_\_\_\_ (Sistem tarafından atanır)
- Kaynak Kanal (Dropdown): dm / wa / webchat / ota
- Kaynak Platform: \_\_\_\_\_ (Örn: Instagram, WhatsApp Business)
- Dil (Dropdown): tr / en / de / ru
- Ülke / Market: \_\_\_\_\_
- Talep Tipi (Dropdown): saleslead / support / complaint / review
- Tarih Aralığı: \_\_\_\_\_
- Kişi Sayısı / Çocuk Yaşı: \_\_\_\_\_
- İletişim Bilgisi: Telefon: \_\_\_\_\_ / E-posta: \_\_\_\_\_
- KVKK Onayı: \_\_\_\_\_ (Var/Yok, Tarih Damgası)
- Durum (Dropdown): new / contacted / offer\_sent / won / lost / pending
- Follow-up (Takip) Zamanı: \_\_\_\_\_
- Notlar: \_\_\_\_\_

### 2) Mükerrer (Duplicate) Önleme SOP'u

- **Telefon Eşleşmesi:** Aynı numara mevcutsa yeni kayıt açma, mevcut kaydı güncelle (Merge).
- **E-posta Eşleşmesi:** Aynı e-posta adresiyle gelen talepleri tek bir müşteri kartında birleştir.
- **Manuel Kontrol:** İsim benzerliği durumunda "Lead açmadan önce ara" adımını işleterek mükerrerliği manuel denetle.

### 3) Outcome (Sonuç) Alanları (Raporlama İçin)

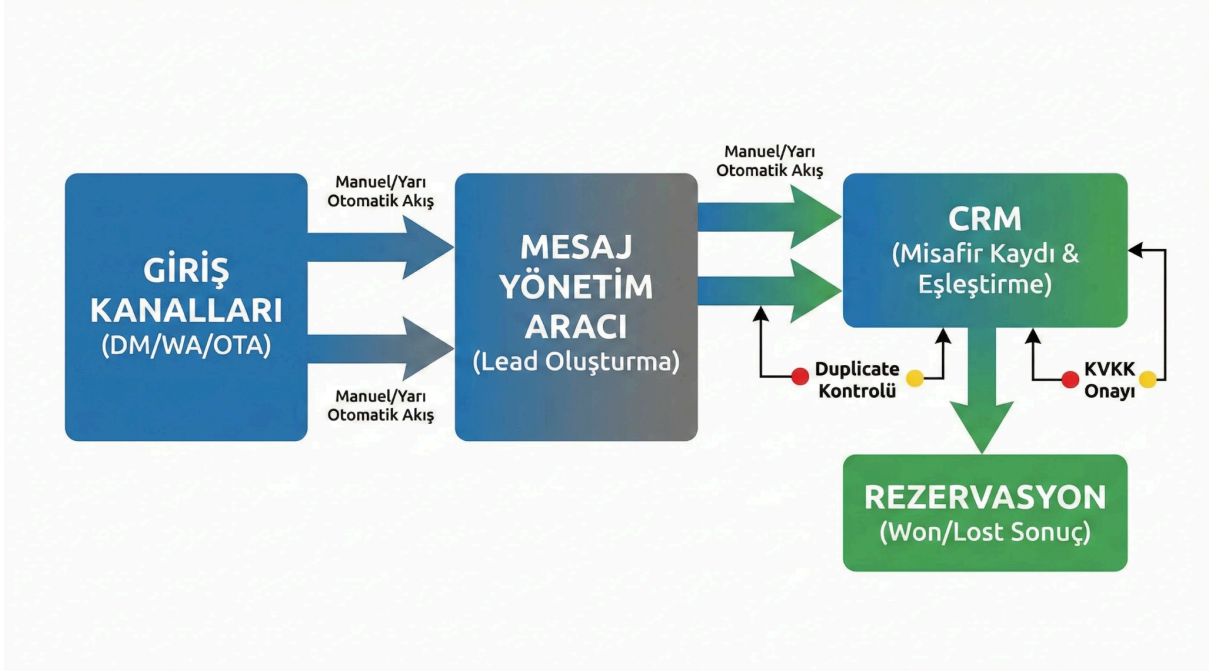
- **Reservation Outcome:** won / lost / pending
- **Lost Reason (Kaybedilme Nedeni):** \_\_\_\_\_ (Fiyat / Müsaitlik / Rakip / Koşullar)
- **Kampanya / UTM:** \_\_\_\_\_
- **Revenue (Ciro):** \_\_\_\_\_

## Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

1. **Odaklanma:** Operatör hızını kesmemek için zorunlu alanları minimumda tutun; ancak **Kaynak**, **Dil** ve **Durum** alanlarını asla boş bırakmayın.
2. **Standardizasyon:** Yazım hatalarını önlemek için dropdown (açılır menü) kullanımını maksimize edin.
3. **Disiplin:** Takip zamanı (Follow-up) atanmamış her lead'i "tamamlanmamış işlem" olarak kabul edin.
4. **Otomasyon:** Eğer CRM sisteminiz otomatik duplicate kontrolü yapmıyorsa, bu adımı SOP ile operatör için zorunlu kılın.
5. **Hukuki Uyumluluk:** İletişim başlatmadan önce KVKK açık rıza onayını mutlaka dijital zaman damgasıyla kaydedin.

## Deliverables

Lead Alan Şablonu (v1.0), Duplicate Önleme SOP Belgesi, Outcome Sözlüğü.



“Mesajın gelmesiyle başlayan, CRM kaydıyla devam eden ve Rezervasyonla sonuçlanan uçtan uca veri akış şeması.”