

Mesajlaşma Reklam Funnel & Script Planlama Şablonu — SMM / Messaging Ads (v1.0)

Asset Amaç: Bu şablon, Click-to-WhatsApp ve Instagram DM reklamlarını sadece "mesaj gelsin" seviyesinden çıkarıp, DM → Kalifiye (Qualified) → Lead/Rezervasyon dönüşüm hunisine (funnel) entegre etmek için hazırlanmıştır. Amaç; 3 soruluk nitelik akışını, 5–10 dakikalık servis seviyesi anlaşması (SLA) hedefini, çalışma saatleri esnekliğini ve CRM etiketleme standartlarını tek sayfada netleştirerek operasyonel süreçte boşa düşen potansiyel müşteri taleplerini en aza indirmektir.

Kim Kullanır?: Otel, restoran, sağlık, eğitim ve B2B danışmanlık markalarında doğrudan mesaj yoluyla satış, lead toplama veya rezervasyon süreçlerini yöneten operasyon, çağrı merkezi ve performans ekipleri.

Nasıl Kullanılır?

- Kampanyanın yürütüleceği mesajlaşma kanalını, ana hedefini ve potansiyel kitleyi filtreleyecek 3 temel soru setini (otel veya B2B dinamiklerine göre) belirleyerek şablona işleyin.
- Ekiplerin ilk yanıt süresi (SLA) sınırlarını ve çalışma saatlerini tanımlayarak, gelen talepleri önceliğe göre dağıtacak triage (trriage/görev atama) kurallarını netleştirin.
- CRM veri etiketlerini ve performans KPI göstergelerini kurun; sistemi 7 günlük bir test sürecine tabi tutarak dönüşüm kaçaklarını iyileştirin.

TEMPLATE — Funnel + Script + SLA Planı (Kopyala–Doldur)

1) Amaç, Kanal ve Operasyonel Sınırlar

- Reklam Yönlendirme Kanalı:** WhatsApp (Click-to-WhatsApp) | Instagram DM | Facebook Messenger
- Görüşme Ana Hedefi:** Doğrudan Rezervasyon Kapatma | Nitelikli Lead Edinimi | Demo Talebi Alımı | Kurumsal Teklif İletimi
- Ekibin Aktif Çalışma Saatleri:** ____ : ____ – ____ : ____
- Hedef İlk Yanıt Süresi (SLA):** 5 Dakika | 10 Dakika (Varsayım: Kullanıcının platform içi dikkat süresi dağılmadan sıcak etkileşim kurabilmek adına 5-10 dk SLA hedefi kritik bir operasyonel eşiktir).

2) DM Funnel — Aşama ve Durum Kartları

- Gelen her mesaj, CRM veya mesaj yönetim panelinde aşağıdaki aşamalara göre etiketlenerek takip edilir:
 - A1: NEW** → Reklamdan gelen ilk ham mesaj (Görüşme başladı).
 - A2: QUALIFIED** → Stratejik 3 soru seti soruldu ve kullanıcının yanıtları alındı (Nitelikli kitle).
 - A3: OFFER_SENT** → Kullanıcının talebine uygun fiyat, teklif dosyası veya rezervasyon linki iletildi.
 - A4: FOLLOW_UP** → Belirli aralıklarla takip mesajı gönderildi (Karar aşaması).
 - A5: WON / LOST** → Rezervasyon/Lead başarıyla kapatıldı (WON) veya süreç olumsuz sonuçlandı (LOST).

3) Kitle Niteliklendirme: 3 Stratejik Soru Seti

Otel / Konaklama ve Turizm Sektörü İçin 3 Soru:

1. Planladığınız konaklama tarih aralığı veya tercih ettiğiniz ay nedir?

2. Konaklayacak toplam kişi sayısı ve varsa çocukların yaşları nelerdir?

3. Tercih ettiğiniz oda tipi, konsept (Oda-Kahvaltı/Her Şey Dahil) veya öncelikli bütçe aralığınız nedir? _____

B2B / SaaS ve Kurumsal Danışmanlık Sektörü İçin 3 Soru:

1. Faaliyet gösterdiğiniz sektör ve bu kampanya ile ulaşmak istediğiniz ana hedef nedir?

2. Reklam operasyonlarınızda veya kurumsal süreçlerinizde çözmek istediğiniz öncelikli KPI metriği hangisidir? _____
3. (Opsiyonel) Bu projeyi hayata geçirmeyi planladığınız zamanlama ve ayırmayı düşündüğünüz bütçe aralığı nedir? _____


4) Karşılama ve İlk Temas Script'i (Kopyala–Doldur)

"Merhaba! 🙌 Size en uygun çözümü ve fiyat teklifini hızlıca hazırlayabilmem için 3 kısa sorumuza yanıt verebilir misiniz?

1- ...

2- ...

3- ..."

 **KVKK Aydınlatma Metni Mini Notu:** "Paylaştığınız kişisel veriler, 6698 sayılı KVKK kapsamında yalnızca talebinize uygun olarak size geri dönüş yapılması, rezervasyon/teklif süreçlerinin yürütülmesi ve ticari iletişimin sağlanması amacıyla işlenecektir." (Varsayım: Mesajlaşma platformları üzerinden toplanan kullanıcı verilerinin yasal uyumluluğunu (KVKK) ilk mesaj anında güvenceye almak).

5) Triage — Önceliklendirme ve Görev Dağılım Kuralları

Gelen mesajlar, içerik analizine göre aşağıdaki öncelik sıralamasıyla satış temsilcilerine atanır:

- **HOT (Yüksek / Hemen Yanıtlı):** Yakın tarihli konaklama talepleri, doğrudan fiyat/müsaitlik sorguları veya ödeme/rezervasyon adımına geçmek isteyen kullanıcılar.
- **WARM (Orta / 10 Dk İçinde):** Genel paket içeriklerini soranlar, tesis/hizmet detayları hakkında bilgi isteyenler veya karşılaştırma yapanlar.
- **LOW (Düşük / Müsaitlikte):** Çok genel/bağımsız soru soranlar, yanlışlıkla tıklayınlar veya spam mesajlar (Nazik bir yönlendirme mesajıyla süreç kapatılır).

6) Next Step — Süreci Kapatma Şablonları

Otel Sektörü İçin Kapanış Script'i:

- "Talebinize özel hazırladığım en uygun 2 farklı oda/paket seçeneği ve esnek iptal güvencesi detayları aşağıdadır. Rezervasyonunuzu doğrudan tamamlamak için [\[Link\]](#) üzerinden ilerleyebilir veya uzmanımızla hızlıca görüşmek için [\[WhatsApp Call\]](#) başlatabilirsiniz."

B2B Sektörü İçin Kapanış Script'i:

- "İhtiyaçlarınıza özel hazırladığımız 2 farklı çözüm yaklaşımını ve kurumsal teklif detaylarımızı içeren [\[Teklif PDF\]](#) dosyasını ekte bulabilirsiniz. Süreçleri detaylandırmak adına uygun olduğunuz bir gün için 15 dakikalık kısa tanışma randevunuzu [\[Görüşme Linki\]](#) üzerinden anlık olarak planlayabilirsiniz." (Varsayım: Mesajlaşma kanalından gelen B2B lead'ini hızlıca nitelikli bir takvim randevusuna dönüştürmek).

7) CRM Veri ve Etiketleme Standartları

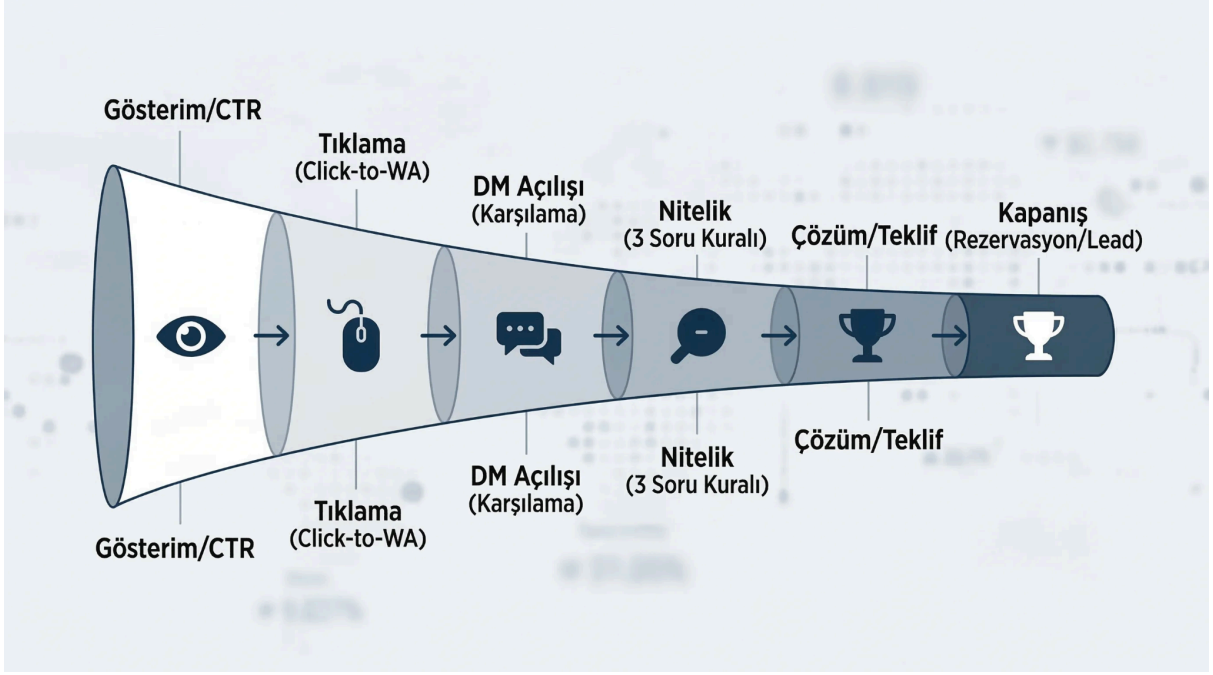
- **Müşteri Kaynağı (Lead Source):** [WhatsApp Ads](#) / [IG DM Ads](#)
- **Kitle Segment Etiketlemesi:** COLD | WARM | HOT
- **Görüşme Nihai Sonucu:** WON (Başarılı) | LOST (Olumsuz)
- **Kaybedilme Nedeni (Lost Reason):** Bütçe Uygun Değil | Tarih/Müsaitlik Yok | Yanıt Alınmadı | Rakip Tercihi
- **Teknik İzleme Parametresi:** Veri analitiği ve bütçe optimizasyonu için CRM sistemine aktarılan kullanıcı kartlarında reklam kampanyasına ait [UTM Kampanya Adı](#) (utm_campaign) parametresi eksiksiz şekilde eşleştirilmelidir. (Varsayım: Hangi reklam kreatifinin veya mesaj kurgusunun daha nitelikli ciro (WON) getirdiğini uçtan uca ölçümlemek).

8) Mesajlaşma Reklamı Performans KPI Paneli

- **Mesaj Başına Maliyet (Cost per Messaging Conversation):** Reklam bütçesinin mesaj verimliliği.
- **İlk Yanıt Süresi (SLA Tracker):** Ekibin ortalama geri dönüş hızı.
- **QUALIFIED Oranı:** Gelen toplam mesajların yüzde kaçının 3 soruluk nitelik aşamasını başarıyla tamamladığı.
- **WON Oranı (Rezervasyon/Lead Dönüşümü):** Başlatılan sohbetlerin net satışa veya nitelikli lead formuna dönüşme yüzdesi.
- **Follow-up (Takip) Kapanış Oranı:** İlk etapta satın almayan ancak takip mesajları sonrasında satışa dönen kitle oranı.

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Otel ve B2B Dinamiklerine Göre Optimize Edilmiş Hazır DM Karşılama & Satış Script Dokümanı
- Ekipler Arası Kavram Karmaşasını Önleyen CRM Etiket Sözlüğü (Tagging Dictionary)
- 7/24 veya Mesai Saatli Yanıt Hızını Güvenceye Alan Operasyonel SLA Vardiya Planı
- Dönüşüm Kaçaklarını Gösteren Haftalık Mesajlaşma Performans Rapor Şablonu



[Diagram / Flow]

Kullanıcının sosyal medya reklamına tıklayarak mesajlaşma kanalına (WhatsApp/DM) geçiş anından itibaren başlayan; sistemin otomatik karşılama script'ini tetiklemesi, kullanıcının 3 stratejik soru setine verdiği yanıtlarla "Qualified" durumuna yükselmesi, triage kurallarına göre HOT etiketini alarak anında canlı satış temsilcisine atanması ve teklif linki ile sürece devam etmesini gösteren uçtan uca doğrusal DM dönüşüm hunisi (funnel) mimari akış diyagramı

Messaging Ads Başarı Checklist'i



1. Doğru Kreatif/Teklif



2. Standart Script (3 Soru Kuralı)



3. 5-10 Dakika Altı Yanıt SLA



4. CRM Etiketleme ve Takip



KVKK Uyumu

[Checklist Card]

Operasyon yöneticileri, çağrı merkezi şefleri ve dijital pazarlamacıların mesajlaşma kampanyalarını başlatmadan önce uygulayacağı; 5-10 dakikalık ilk yanıt SLA entegrasyonu, KVKK mini aydınlatma notunun mesaj kurgusuna eklenmesi, CRM panelinde kaynak ve COLD/WARM/HOT segment etiketlerinin haritalandırılması, lost (kayıp) nedenlerinin kilitlemesi ve UTM parametre senkronizasyonu maddelerini içeren kare formatlı operasyonel SLA ve CRM denetim kart tasarımı