

# Mobil Rezervasyonlar İçin OTA Aksiyon Planı PDF'i (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu mini rehber, mobil rezervasyonların domine ettiği pazar yapısında; mobile-only rate, kupon ve last-minute kampanyalarını PMS–channel–OTA zincirinde kontrollü yönetmek için hazırlanmıştır. Temel amaç, fiyat paritesi (parity) sapmasını ve net gelir erimesini önlerken, boş oda dönemlerinde mobil talebi doğru fiyattan yakalamaktır. Sonuç: Daha ölçülebilir mobil büyüme ve finansal açıdan güvenli bir entegrasyon.

**Kim Kullanır?:** Genel Müdür (GM), Revenue Manager (RM), Rezervasyon Lideri, Dijital Pazarlama ve Ajans Temsilcisi.

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Baseline Çıkar:** Mevcut mobil rezervasyon payını, last-minute satış oranlarını ve mobil net ADR değerlerini belirleyin.
- Test Başlat:** Mobile-only rate, özel kontenjan ve otomatik kapanış kriterleriyle 90 günlük test sürecini başlatın.
- Ölçekle:** Kazanan kurguyu sezon moduna göre sabitleyin, kârsız kampanyaları kapatın.

## Mini Guide — 5 Stratejik Bölüm

- Bölüm 1: Mobil Davranış Haritası:** Kullanıcı hızı, kısa süreli konaklama eğilimleri ve last-minute (son dakika) karar verme mekanizması.
- Bölüm 2: Rate Plan & Kontenjan Modeli:** Ana fiyat (base) vs. mobil türetilmiş (derived) fiyat farkı, özel quota (kontenjan) yönetimi ve indirimlerin üst üste binmesini (stacking) engelleyen tavanlar.
- Bölüm 3: 4 Temel Mobil Kurgu:** Mobile-only fırsatları, uygulama içi kuponlar, last-minute setleri ve mobil bazlı kontenjan yönetimindeki kapanış kriterleri.
- Bölüm 4: Bölgesel Adaptasyon:** Antalya Resort (sezon modu) vs. İstanbul City (hafta içi/hafta sonu ayrımı) strateji farklılıkları.
- Bölüm 5: KPI & Raporlama:** Mobil pay trendi, parity sapma raporu, iptal/no-show oranları ve mobil net ADR takibi.

## 10 Maddelik Hızlı Kazanım & Hata Yönetimi

3 Sık Hata	Teknik Çözüm
<b>Hata:</b> Mobile-only fiyatın tüm stokta kontrolsüz açılması	Belirli bir quota (kontenjan) ve tarih sınırı koyun.

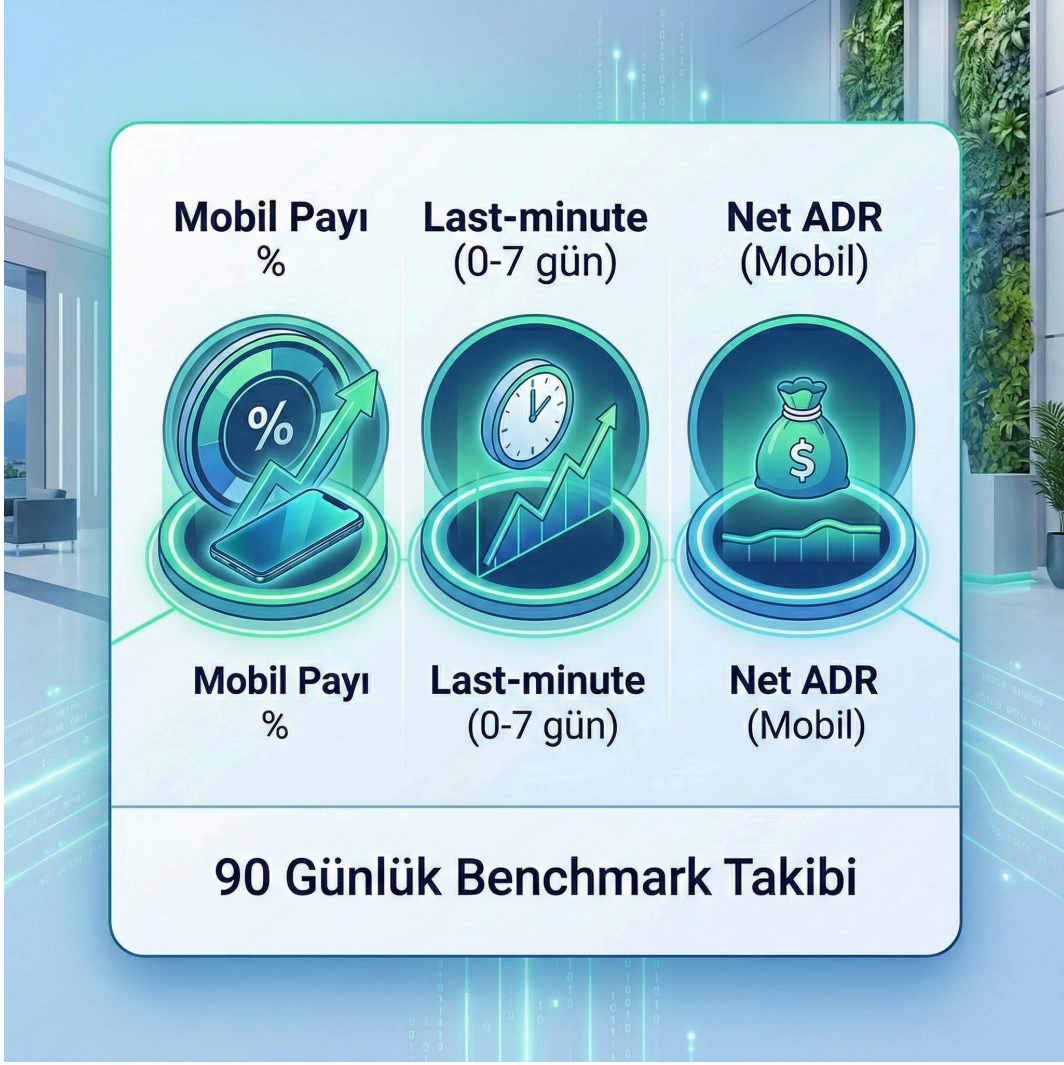
<b>Hata:</b> Kupon + Komisyon birleşince net gelirin erimesi	Net ADR eşiği belirleyin ve indirim tavanı (cap) koyun.
<b>Hata:</b> Mobil indirimler nedeniyle fiyat paritesinin bozulması	Doğru fiyatlandırma modeli ve haftalık raporlama disiplini kurun.

### Hızlı Uygulama Notları:

- Mobil rate planını ayrı bir "derived rate" olarak tanımlayın ve kampanya stacking'ini teknik olarak engelleyin.
- 0–7 gün aralığı için last-minute kural setleri oluşturun.
- Parity sapmasını haftalık spot-check'lerle denetleyin ve kısıtlama (restriction) çakışmalarını test edin.



“Mobil aksiyon checklist kartı ve mobil strateji adımları”



“Mobil pay ve last-minute KPI kartı, büyüme metrikleri”