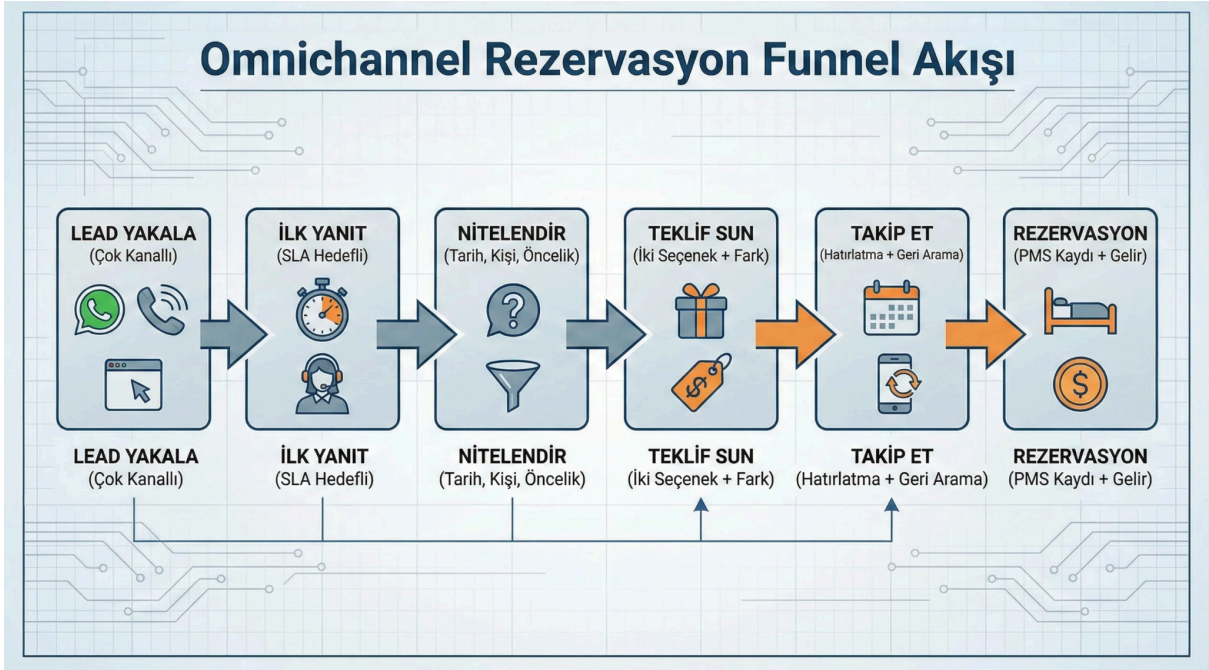


Omnichannel Funnel Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; WhatsApp, telefon ve web lead'lerini tek bir omnichannel (çok kanallı) rezervasyon funnel'ına bağlamak için gerekli olan lead kaydı, sahiplik, SLA ve durum akışı alanlarını standardize eder. Amacı; ilk yanıt süresini (SLA) kısaltarak lead kaybını önlemek, GA4 ve çağrı izleme etkinlikleriyle entegre, ölçülebilir bir satış süreci kurmaktır.

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



“Tüm kanallardan gelen verinin tek bir satış hunisinde nasıl birleştiğini gösteren 16:9 görsel.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Konsolidasyon:** Farklı kanallardan gelen tüm talepleri "Tek Gerçek Kaynak" (Single Source of Truth) prensibiyle tek bir lead kaydında birleştirin ve anında bir sorumlu (Owner) atayın.
- Hız ve Takip:** SLA hedeflerini (Örn: İlk 5 dk yanıt) sisteme tanımlayın ve "Kaçan Çağrı (Missed Call) Geri Dönüş" kuralını zorunlu operasyonel adım olarak ekleyin.
- Dönüşüm İzleme:** Lead'leri "Yeni → Nitelikli → Teklif Verildi → Kazanıldı/Kaybedildi" akışında yönetin ve haftalık KPI paneli üzerinden kanal bazlı verimliliği izleyin.

Omnichannel Operasyonel Şablon Alanları

A) Lead Kayıt Formu (Boş Alanlar)

- Lead ID: ____ | Kaynak: WhatsApp / Web / Call / Click-to-Call / Social
- Zaman Damgası: ____ | Misafir Adı: ____
- İletişim & Dil: Telefon: ____ | Ülke/Dil: ____
- Talep Özeti: _____

B) SLA, Sahiplik & Nitelik (Qualification)

- Sorumlu Agent: ____ | İlk Yanıt Hedefi (SLA): ____
- Missed Call Geri Arama Durumu: Var / Yok
- Misafir Segmenti: Aile / Çift / Grup
- Öncelik Odağı: Fiyat / Konfor / Esneklik

C) Durum Akışı ve CRM→PMS Entegrasyonu

- Akış Adımı: New → Contacted → Qualified → Offered → Won / Lost
- Lost (Kayıp) Nedeni: Geç Dönüş / Fiyat / Tarih / Koşul / Rakip
- PMS Bağlantısı: Rezervasyon ID: ____ | Show Durumu: ____ | Gelir Etiketi: ____

Haftalık KPI Paneli Metrikleri

Metrik	Hedef / Gerçekleşen	Takip Ritmi
SLA Uyumu	%____	Günlük
İlk Yanıt Süresi (Median)	____ Dakika	Günlük
Lead Kayıp Oranı	%____	Haftalık
Lead → Rezervasyon Dönüşüm	%____	Haftalık
Kanal Bazlı Verimlilik	Web vs Call vs WA	Aylık

Deliverables

Omnichannel Lead Kayıt Şablonu, SLA Takip Çizelgesi, CRM Durum Akış Diyagramı, Haftalık Performans Raporu.



“Agent’ların kullandığı lead etiketleme ve durum değiştirme ekranını simüle eden 4:3 tasarım.”



“SLA iyileşmesini ve funnel verimliliğini özetleyen 1:1 KPI kanıt kartı.”