

OTA Kampanya Planlama & Hesaplama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; Booking Genius, mobil indirim, erken rezervasyon ve son dakika kampanyalarını "sezgisel" tahminlere göre değil; net gelir hesabı, sezon/doluluk sinyalleri ve pazar takvimine dayalı planlamanız için hazırlanmıştır. Kampanya tavanı, süre, KPI başarı kriterleri ve çıkış planını (exit plan) tek sayfada standardize ederek; gereksiz indirimlerin önüne geçmeyi ve net ADR'yi korumayı hedefler.

Kim Kullanır?: Genel Müdür (GM), Revenue Manager (RM), Satış Direktörü ve Kanal/Ajans yöneticileri.

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Hesaplama:** Net gelir modelinizi (komisyon, vergiler ve indirimler sonrası kalan tutar) şablona girin.
- Mod Belirleme:** Sezon modunu (Yüksek/Omuz/Düşük) ve o dönem için hedeflediğiniz doluluk oranını seçin.
- Planlama:** Kampanya türünü; süre, tavan ve başarı KPI'ları ile birlikte planlayıp 90 günlük operasyon takvimine işleyin.

A) Template — Boş Şablon Alanları

1) Otel & Sezon Modu

- **Destinasyon:** (Antalya / Belek / Side / ...) [_____]
- **Sezon Modu:** (Yüksek / Omuz / Düşük) [_____]
- **Hedef Doluluk:** [%] | **Hedef Net ADR:** [_____]

2) Kampanya Seçimi & Kurgu

- **Tür:** (Genius / Mobil / Erken Rez. / Son Dakika) [_____]
- **Tarih Aralığı:** [__ / __ / __] - [/ __ / ____]
- **Maksimum İndirim Tavanı:** [%_____]
- **Hedef Pazar & Min. Gece:** [_____] / [Gece]

3) Net Gelir Hesabı (Karar Destek)

- **Baz Fiyat (Misafire Görünen):** [_____]
- **(-) Kampanya İndirimi (%):** [_____]
- **(-) OTA Komisyon Oranı (%):** [_____]
- **Vergi/Ücret (Dahil/Hariç):** [_____]
- **(=) NET GELİR:** [_____]
- **KARAR:** (Aç / Açma / Revize Et) | **Gerekçe:** [_____]

4) KPI İzleme & Çıkış Planı

- **KPI Seti:** Net ADR / Rezervasyon Payı / İptal Oranı / Görünürlük Trendi
- **48 Saat Kontrol Kararı:** (Devam / Kapat / Revize)
- **Kapatma Kriteri (Exit Plan):** [_____] (Örn: %80 doluluğa ulaşıldığında kapat)

B) Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

1. **Önce Matematik:** Net gelir hesabını yapmadan ve baz fiyatla arasındaki makası görmeden kampanya butonuna basmayın.
2. **Süre Sınırı:** Kampanyaları ucu açık bırakmayın; her kampanyanın bir başlangıcı ve "denetim noktası" olmalı.
3. **Stacking (Katlama) Engelleyici:** Farklı indirimlerin (Genius + Mobil gibi) üst üste binip ADR'yi yok etmesini engellemek için "indirim tavanı" belirleyin.
4. **48 Saat Kuralı:** Yeni açılan her kampanyayı 48 saat sonra kontrol edin; performans vermiyorsa stratejiyi değiştirin.
5. **Yüksek Sezon Sorgusu:** Antalya gibi yüksek sezonda talebin doğal olarak arttığı dönemlerde, kampanya açma ihtiyacını iki kez sorgulayın.

C) Kontrol Listesi & Deliverables

- [] Net gelir (komisyon/vergi sonrası) hesabı yapıldı.
- [] Kampanya süresi, indirim tavanı ve KPI hedefi yazılı.
- [] Fiyat paritesi kontrol planı oluşturuldu.
- [] Hedef doluluğa ulaşıldığında uygulanacak Exit Plan hazır.

Kampanya Öncesi Net Gelir & Planlama Kontrol Listesi

- Net Gelir Hesabı Yapıldı (Komisyon+İndirim+Vergi Düşüldü)
- Sezon ve Doluluk Sinyaline Uygun
- Kampanya Süresi ve Bitiş Tarihi Netleştirildi
- İndirim Tavanı (Max %) Belirlendi
- Parity Kontrol Planı Hazır
- Çıkış Planı (Exit Plan) Var



"Kampanya planlama checklist kartı, otel gelir yönetimi"

KAMPANYA PERFORMANS TAKİBİ (Net Odaklı)

NET ADR
(Komisyon Sonrası)



125.50 € (-4%)

**KAMPANYA
REZERVASYON PAYI (%)**

45%



İPTAL ORANI
(Kampanya Segmenti)



18% (+6%)

GÖRÜNÜRLÜK TRENDİ



High / Yüksek

⚠ KARAR SİNYALİ: 48 Saat Sonra Net Gelir Kontrolü Yap!

“Net gelir ve kampanya KPI kartı, otel performans takibi”