

OTA vs Otel Sadakat Karşılaştırma & Hybrid Model Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, OTA üyelik (member rate) etkisini Net ADR ve Direct Pay açısından ölçülebilir hale getirerek uygulanabilir bir hybrid strateji kurmanıza yardımcı olur. OTA sadakatini "yeni misafir ve görünürlük", otel sadakatini ise "sadık misafir ve kârlılık" odağıyla konumlandırarak indirim maliyeti riskini azaltır.

Kim Kullanır?: Revenue/Dağıtım, Satış-Pazarlama, CRM/Sadakat sorumlusu ve ajans ekipleri.

OTA SADAKAT vs OTEL DIRECT SADAKAT: AVANTAJ & RİSK KIYASI

| KARŞILAŞTIRMA ALANI | OTA ÜYELİK AVANTAJI (Platform) | OTEL DIRECT SADAKAT AVANTAJI (Marka) | GELİR ETKİSİ (Kârlılık) | RİSK (Dikkat) |
|---|--------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Görünürlük/Hacim Yeni Misafir Edinimi | Yüksek (Geniş kitle) | Düşük (Sınırlı erişim) | Doluluk Artışı (Kısa Vade) | Komisyon Maliyeti |
| Tekrar Satış/Bağlılık Platform Bağlılığı (Stickiness) | Yüksek (Kolaylık) | Orta/Yüksek (Fayda Paketi) | Direct Pay Düşüşü (Risk) | Parity Algısı |
| Fiyat/Fayda Dengesi Teklif Tipi | Fiyat Odaklı (İndirim) | Fayda Odaklı (Esneklik/Hizmet) | Net ADR Erozyonu (OTA'da) | Değer Algısı Bozulması |

“OTA kanalları ile otel direct kanallarının sadakat modellerini kıyaslayan stratejik karar tablosu.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Etkiyi Ölçün:** OTA üye fiyatlarının Net ADR üzerindeki etkisini kıyaslamalı testler ile analiz edin.
- Fayda Paketi Kurgulayın:** Otel direct sadakatini fiyat indirimiyle değil; esneklik, upgrade veya erken giriş gibi "fayda" odaklı paketlerle web ve call center'a yerleştirin.
- Matrisle Yönetin:** Sezon ve pazar bazlı karar matrisini kullanarak "Açık/Kapalı/Test" kararlarını verin ve KPI'lar ile izleyin.

Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

| Problem | Kök Neden | Çözüm |
|------------------------|---|---|
| Net ADR Düşüyor | Kampanya talep yaratmıyor, sadece indirim | Oda/tarih sınırlaması + KPI eşiği + Kapatma |
| Direct Pay Düşüyor | Direct denge yok | Fayda paketi + Üyelik/login avantajı |
| Fiyat Algısı Bozuluyor | Herkese açık indirim algısı | Login/dinamik yaklaşım + İletişim netliği |
| Kanal Karmaşası | PMS/CM akışı bozuldu | Tek kaynak CM + Audit + Test rezervasyonu |

Hybrid Karar Matrisi (Sezon × Pazar)

| Sezon | Pazar | OTA Üyelik (Aç/Kapat/Test) | Direct Sadakat Mesajı | Kapatma Eşiği |
|-------|-------|----------------------------|-----------------------|---------------|
| Pik | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Omuz | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Düşük | _____ | _____ | _____ | _____ |

Öncesi/Sonrası KPI Tablosu (Şablon)

| KPI | Öncesi | Sonrası (Hedef) | Takip |
|-------------------|--------|-----------------|----------|
| Hedef Pazarda CTR | TBD | TBD | Haftalık |
| Dönüşüm | TBD | TBD | Haftalık |
| Net ADR Etkisi | TBD | TBD | Haftalık |

| | | | |
|---------------|-----|-----|----------|
| Direct Pay | TBD | TBD | Aylık |
| İptal/No-show | TBD | TBD | Haftalık |

Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

- Test Odaklı Yönetim:** Member rate'i "her zaman açık" tutmak yerine 14-30 günlük "test + eşik" modeliyle yönetin.
- Fiyatla Değil Faydayla Yarış:** Direct sadakat programı fiyat indirimiyle yarışmaz; esneklik ve kişiselleştirilmiş hizmetle kazanır.
- Dinamik Strateji:** Tek kalıp strateji yerine sezon (Pik/Omuz/Düşük) ve pazar bazlı kararlar verin.
- Net ADR Ana Doğrulayıcı:** KPI ölçümü olmadan ölçekleme yapmayın; karlılığın ana göstergesi olarak Net ADR'ı izleyin.
- Hukuki Uyumluluk:** Üyelik ve sadakat kurallarını mutlaka hukuk danışmanınızla doğrulayın.

Deliverables

Hybrid Karar Matrisi, Direct Fayda Paketi Planı, Member Rate Test Raporu, KPI Takip Dashboard'u.



“Görünürlük ve sadakat dengesini optimize eden hybrid büyüme modeli diyagramı.”