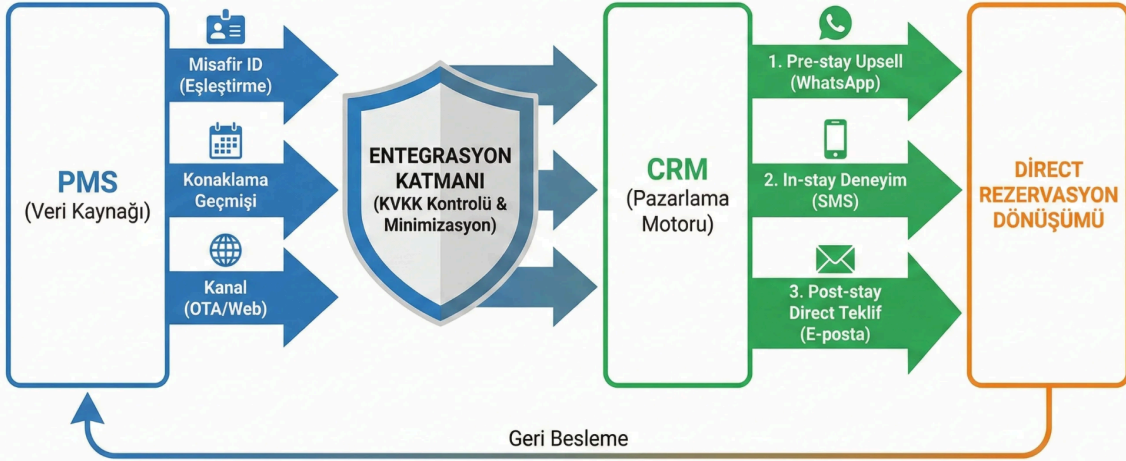


PMS→CRM Veri Eşleştirme & Segmentasyon Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, PMS'ten CRM'e aktarılabacak veri alanlarını netleştirir ve misafir yaşam döngüsü (konaklama öncesi, sırası ve sonrası) için kampanya kurgularını standardize eder. Temel amaç; "Campaign → Booking" ölçüm modelini kurarak OTA misafirlerini ölçülebilir bir sadakat programıyla direct rezervasyona yönlendirmektir.

Kim Kullanır?: Pazarlama/CRM, Revenue, Call Center ve IT/BI ekipleri birlikte kullanır.

PMS→CRM KESİNTİSİZ VERİ AKIŞ DİYAGRAMI



“PMS'ten CRM'e veri akışı ve misafir yaşam döngüsü entegrasyon şeması.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Mapping ve Minimizasyon:** PMS'ten CRM'e taşınacak alanları belirleyin; "her verinin bir amacı olmalı" prensibiyle veri setini minimumda tutun.
- Segment ve Akış Eşleştirme:** Segment tanımlarını (Repeat, OTA, Aile vb.) ve bu segmentlere özel pre/in/post-stay kampanya senaryolarını hazırlayın.
- Ölçüm Döngüsünü Bağlayın:** Kampanya ID'lerini PMS rezervasyon verisiyle eşleştirerek, CRM üzerinden gelen direct rezervasyon ve tekrar oranlarını izleyin.

Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm
Düşük Direct Rezervasyon	OTA misafiriyle bağ kurulamıyor	CRM ile kişiselleştirilmiş post-stay iletişimi
Veri Kirliliği	Her veri amaçsızca CRM'e akıyor	Veri minimizasyonu + Amaca yönelik mapping
Ölçülemeyen Kampanyalar	Campaign ID ve Booking ID kopuk	Kampanya-Rezervasyon veri bağı (Mapping)
KVKK Riskleri	Opt-in kontrolü eksik	Merkezi izin yönetimi + Veri maskeleyme
Yanlış Segmentasyon	Karmaşık ve belirsiz kriterler	Az, öz ve net segment sözlüğü

Template: Yaşam Döngüsü Kampanya Akışı

- Pre-stay (Varış Öncesi):** Upsell teklifleri (oda yükseltme), ulaşım bilgileri ve kişiselleştirilmiş karşılama notu.
- In-stay (Konaklama Sırası):** Tesis içi deneyim anketleri, SPA/Restoran rezervasyon hatırlatmaları.
- Post-stay (Ayrılış Sonrası):** Teşekkür mektubu, yorum toplama (Review) ve bir sonraki konaklama için "Direct Repeat" teklifi.

"Campaign → Booking" Ölçüm Şablonu

Metrik	Tanım / Formül	Hedef
Direct Repeat Oranı	(Tekrar Gelen Direct / Toplam Rezervasyon)	Artış
CRM Dönüşüm (ROI)	(Kampanya Geliri / Kampanya Maliyeti)	Pozitif
OTA to Direct Kayması	(Eski OTA misafirin yeni Direct rezervasyonu)	%_____
Segment Bazlı Net ADR	Segment başına sağlanan net oda geliri	Takip

Nasıl Doldurulur? (5 Altın Kural)

1. **Hukuki Bariyer:** Opt-in izni olmayan hiçbir misafire pazarlama iletişimi yapmayın (KVKK/GDPR uyumu).
2. **Amaca Yönelik Veri:** Her veri alanının bir "pazarlama amacı" olmalı; amacı olmayan alanı CRM'e taşımayın.
3. **Güvenli Notlar:** Misafir kartındaki hassas notları otomatik taşımak yerine etiketleyin veya maskeleyin.
4. **Basit Başlayın:** Segment kriterlerini başlangıçta az ve net tutun; sistem oturdukça derinleştirin.
5. **Ölçüm Disiplini:** Kampanya ID ile rezervasyon bağına kurmadan optimizasyon yapmaya çalışmayın.

Deliverables

Mapping Dokümanı v1.0, Segment Sözlüğü, Yaşam Döngüsü Kampanya Akış Planı, KPI Paneli (Direct + Repeat).



“Segment bazlı kampanya senaryoları ve hızlı uygulama kartı.”