

RFP & B2B Dönüşüm KPI Rehberi — Satış & Dönüşüm Raporları (v1.0)

Asset Amaç: Bu audit sheet, RFP→teklif→won/lost hunisini kanal, acente/şirket, ülke ve sektör kırılımlarında ölçüp skorlamanızı sağlar. Amaç, satış ekibinin zamanını yüksek değerli fırsatlara yönlendirmek ve kazanma oranı + kişi/gece geliri KPI'larıyla kârlılığı artırmaktır.

Kim Kullanır?: Kurumsal satış, MICE/grup satış ekipleri, merkez ofis ve raporlama/BI ekipleri.

Nasıl Kullanılır?

- RFP Fırsatlarını Listeleyin:** Son 30/90 güne ait RFP (Teklif Talebi) kayıtlarını tekil ID, kaynak (Mail, Portal, Acente, Şirket), segment ve ülke bazında şablona aktarın.
- KPI 'ları İşleyip Skorlayın:** Quote Rate, Win Rate, Cycle Time ve Kişi/Gece Geliri metriklerini doldurarak her segment için 0–5 puanlama yapın.
- Kırmızı Segmentleri İyileştirin:** Düşük skor alan segmentlerde SLA, teklif standardı ve fiyat tabanı düzenlemeleri yapıp 30 gün sonra yeniden ölçün.

AUDIT SHEET İÇERİĞİ

A) Ölçüm Alanları ve Skorlama (0–5 Puan Mantığı)

- Analiz Edilen Segment:** Segment = [Corporate / Group / MICE] | Kaynak = [Mail / Portal / Acente / Şirket] | Ülke = [_____]

Ölçüm Kriteri	Açıklama	Puan (0–5)
RFP Hacmi (Volume)	Anlamalı B2B analiz için gelen teklif talebi sayısı yeterli seviyede mi?	[____ / 5]
Teklif Hazırlama Oranı (Quote Rate)	Gelen RFP'lerin resmi fiyatlı teklife dönüşme oranı yüksek mi?	[____ / 5]
Kazanma Oranı (Win Rate)	Sunulan tekliflerin kesin satışa (Won) dönüşme oranı hedefte mi?	[____ / 5]
Döngü Süresi (Cycle Time)	RFP girişinden kapanışa kadar geçen süre kısa mı? (Ters Skor: Yavaş döngü = Düşük puan)	[____ / 5]

Kişi / Gece Geliri (RevPAS)	Kapatılan işlerin kişi/gece bazında ürettiği ortalama gelir tatmin edici mi?	[____ / 5]
Süreç & Yanıt SLA Hızı	İki taraf arasındaki iletişim ve ilk yanıt süresi standartlara uygun mu?	[____ / 5]
(Varsayım) Yenileme / LTV Potansiyeli	Şirket veya acentenin gelecek dönemlerde tekrar çalışma ve LTV potansiyeli yüksek mi?	[____ / 5]

•

TOPLAM B2B SEGMENT SKORU: [____ / 35]

B) Kırmızı / Sarı / Yeşil Durum Yorum Alanları

- **Kırmızı (0–14 Puan) — Yüksek Risk & Sürtünme:** [Düşük kazanma oranı veya yavaş döngü süresi var. Fiyat taban sınırı ve yanıt SLA'ları acilen revize edilmeli.]
- **Sarı (15–24 Puan) — Gelişim Alanı:** [Teklif hacmi iyi ancak kapanış oranları ve değer paketleme (upgrades/benefits) tarafında optimizasyon gerekiyor.]
- **Yeşil (25–35 Puan) — Yüksek Kârlı Segment:** [Hızlı dönüş süresi, yüksek Win Rate ve güçlü kişi/gece geliri. İlgili acente/şirket portföyü büyütülmeli.]

C) İlk 10 Aksiyon Listesi (Şablon)

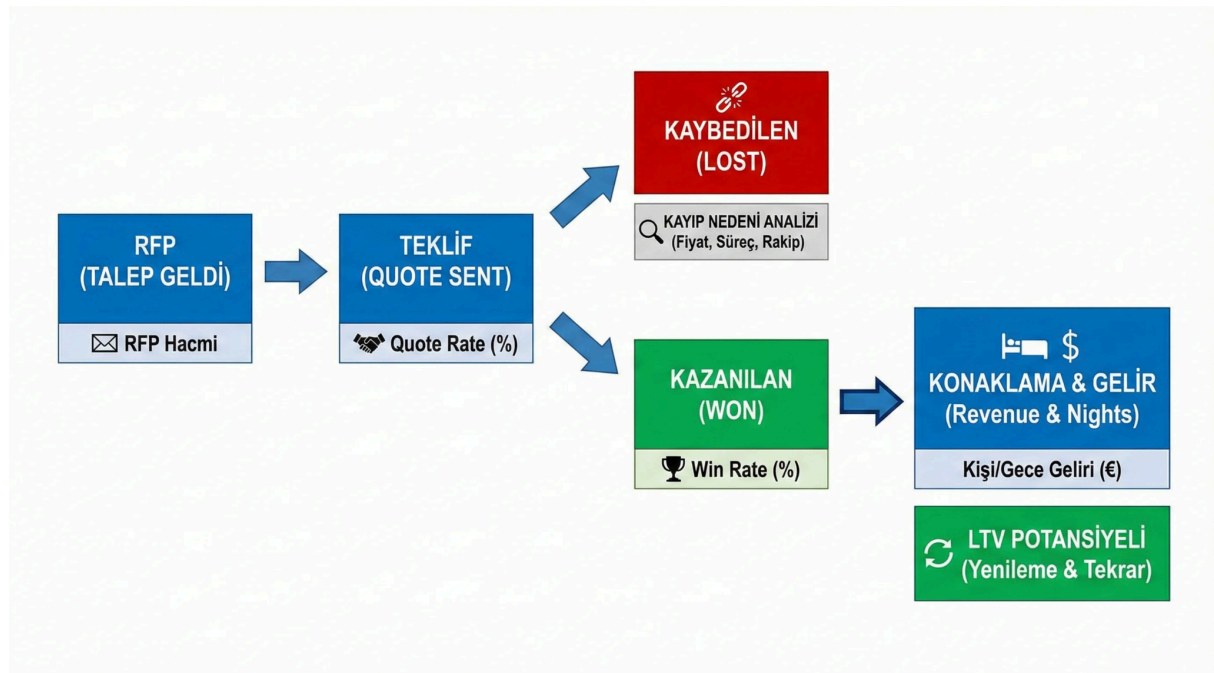
- SLA (İlk Yanıt Süresi Hedefi):** Gelen B2B/RFP taleplerine ilk yanıt verme süresini maksimum 2 saat ile sınırlandırın.
- Teklif Şablonu Standardı:** Kurumsal ve MICE gruplarına özel visual/PDF dinamik teklif şablonlarını standartlaştırın.
- Alternatif Tarih / Oda Önerisi:** Talep edilen tarihler doluysa otomatik olarak 2 alternatif tarih ve üst kategori oda opsiyonu sunun.
- Değer Paketleme (Upgrade / Benefit):** Fiyat kırmak yerine ücretsiz salon, karşılama ikramı veya oda upgrade teklifleri ekleyin.
- İtiraz Playbook'u:** B2B satış ekibi için fiyat ve şart itirazlarına yönelik hazır yanıt rehberi (playbook) oluşturun.
- Kayıp Nedeni Kodlama Disiplini:** Kaybedilen (Lost) RFP'ler için "Fiyat", "Tarih Müsaitliği", "Kapasite" veya "Rakip" nedenlerini zorunlu alan yapın.
- Acente / Şirket Skor Kartı Güncelleme:** En çok kâr bırakan kurumsal hesapları önceliklendiren dönemsel skor kartlarını güncelleyin.
- Segment Hedef Revizyonu:** Düşük kârlılığa sahip acente ve sektörlerin kotasını azaltıp yüksek RevPAS üreten segmentlere odaklanın.
- Fiyat Taban Sınırı:** Dönemsel doluluklara göre MICE ve grup konaklamaları için satılabilecek minimum fiyat (bottom rate) kuralı koyun.
- Kontrat Yenileme Takip Planı:** Süresi biten kurumsal kontratlar için 60 gün önceden otomatik hatırlatma ve yenileme akışı başlatın.

D) Öncesi / Sonrası İyileştirme Tablosu

Segment / Kaynak / Ülke	Önce (Quote / Win / Kişi-Gece)	Sonra (Quote / Win / Kişi-Gece)	Notlar & Alınan Aksiyon
MICE / Portal / DE	%45 Quote / %12 Win / €85	%80 Quote / %28 Win / €140	Yanıt süresi 1 saate indirildi, alternatif tarih sunuldu.
Corporate / Şirket / UK	%60 Quote / %20 Win / £110	%85 Quote / %38 Win / £165	Değer paketleme yapıldı, kontrat şartları esnetildi.
Group / Acente / TR	%35 Quote / %15 Win / ₺1,800	%70 Quote / %30 Win / ₺3,200	Fiyat taban kuralı güncellendi, ikna playbook'u uygulandı.

DELIVERABLES (TESLİM EDİLECEK ÇIKTILAR)

- 1x B2B Pipeline & RFP Dönüşüm Skor Tablosu
- 1x Acente ve Şirket Bazlı Performans Raporlama Listesi
- 1x 30 Günlük B2B Satış Aksiyon Planı ve Yeniden Ölçüm Şablonu
- 1x Kurumsal & MICE Teklif Standartları ve SLA Rehberi



[Diagram] — “RFP hunisi diyagramı, otel bağlamı”

1920×1080px geniş ekran formatında, RFP & B2B Satış Hunisi Akış Diyagramı. Talep Girişi (RFP Received) → Teklif Sunumu (Quote Sent) → Müzakere Süreci (Negotiation) → Kapanış (Won/Lost) aşamalarındaki geçiş oranlarını, döngü sürelerini (Cycle Time) ve kayıp noktalarını gösteren şema.



[KPI Card] — “B2B KPI kartı, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, Kurumsal ve MICE Dönüşüm KPI Kartı. Quote Rate (%), Win Rate (%), Ortalama Yanıt SLA (Saat) ve Kişi/Gece Başına Gelir (€) metriklerini canlı performans kartları halinde sunan görsel panel.



[Proof] — “Dashboard mockup, otel bağlamı”

1200×1200px kare formatında, RFP & B2B Pipeline Dashboard Mockup'ı. Sol tarafta Şirket/Acente Skor Kartı, sağ üstte Kapanış Süreleri Grafiği ve alt bölümde Segment Bazlı Won/Lost Oranlarını sunan yönetim paneli ekranı.