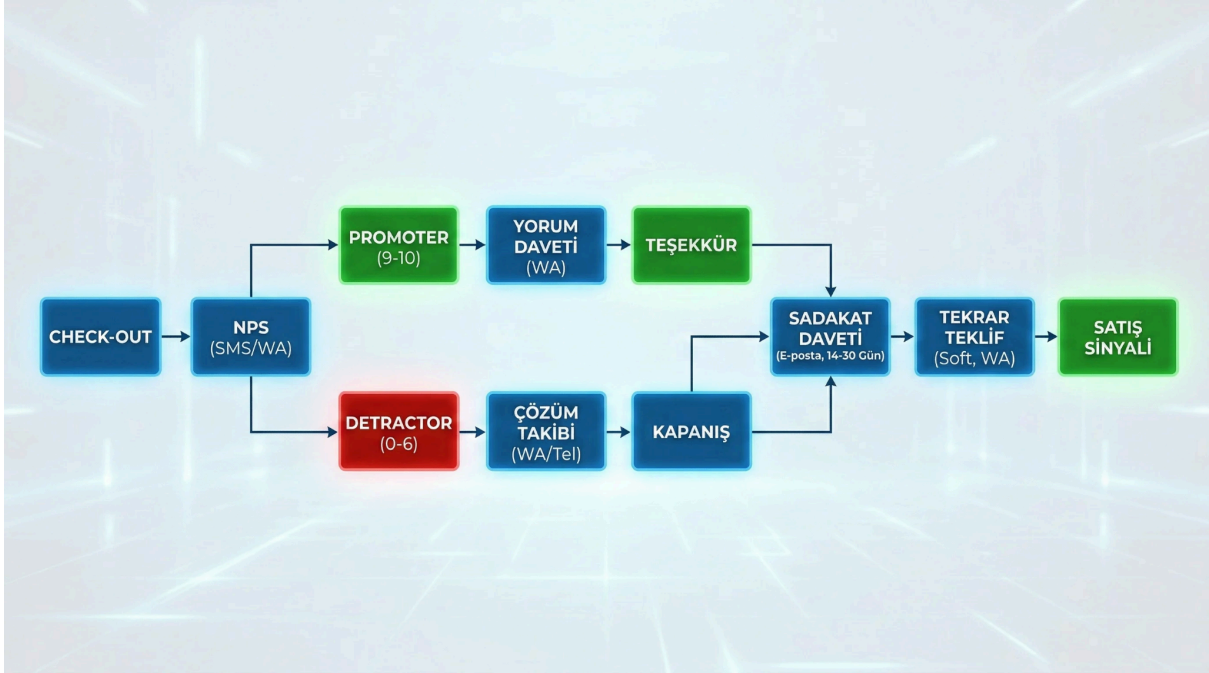


Satış Sonrası E-posta/SMS/WhatsApp Şablon Paketi (v1.0)

Asset Amacı: Bu paket; teşekkürden şikâyet yönetimine, NPS sorgusundan sadakat tekliflerine kadar tüm satış sonrası iletişimi 3 ana kanalda (E-posta, SMS, WhatsApp) standardize eder. "Tek mesaj = tek hedef" prensibiyle karmaşıklığı önler; UTM ve event notlarıyla mesajların geri dönüş performansını ölçülebilir kılar.

Kim Kullanır?: CRM ve Satış-Pazarlama Yöneticileri, Çağrı Merkezi/Mesajlaşma Ekipleri ve Misafir İlişkileri Uzmanları.



“Check-out sonrası başlayan iletişim zincirinin; teşekkürden sadakat teklifine kadar olan doğru kronolojik akış diyagramı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Senaryo & Kanal Seçimi:** İletişim amacına (Teşekkür, Çözüm, NPS vb.) uygun senaryoyu ve misafirin tercih ettiği kanal varyantını belirleyin.
- Kişiselleştirme:** Placeholder (yer tutucu) alanlarını {ad}, {takip_no}, {tarih} gibi bilgilerle doldurun ve KVKK gereği gereksiz kişisel veri paylaşılmadığından emin olun.

3. **Ölçümlenme:** Mesaj içerisindeki linklere UTM parametrelerini ekleyerek gönderimi tamamlayın ve haftalık raporlarda etkileşimi izleyin.

Şablon Paket İçeriği & Kuralları

A) Minimum 10 Zorunlu Şablon Listesi

- **Hızlı Etkileşim:** Teşekkür ve Fatura/Belge bilgisi (İlk 24 saat).
- **Operasyonel:** İptal/Değişiklik ve Şikâyet İlk Yanıt (Empati odaklı).
- **Kapanış & Telafi:** Çözüm kapanış özeti ve Jest/Telafi bilgilendirmesi.
- **Geri Bildirim:** NPS sorgusu, Promoter için yorum daveti ve Detractor için çözüm takibi.
- **Sadakat:** Sadakat programı daveti ve tekrar konaklama teklifi.



SATIŞ SONRASI ZORUNLU ŞABLON CHECKLIST'İ

- Teşekkür (0-24 saat)
- Bilgi: Fatura/Belge
- Bilgi: İptal/Değişiklik
- Şikâyet İlk Yanıt
- Çözüm Kapanışı
- Telafi/Jest Bilgisi
- NPS Tek Soru
- Promoter Yorum Daveti
- Detractor Çözüm Takibi
- Sadakat/Tekrar Teklif

Hedef: Standart, Hızlı ve Tutarlı İletişim



“Paket içeriğindeki 10 kritik şablonun amacını ve gönderim zamanlamasını özetleyen kontrol kartı.”

B) Yazım & Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

1. **Odaklanma:** Her mesaj sadece bir ana hedef (CTA) içermelidir.

2. **Zamanlama:** Çözüm veya yanıt için mutlaka net bir süre (X saat/gün) verilmelidir.
3. **Veri Güvenliği:** Finansal veya medikal detaylar yerine genel placeholder'lar kullanılmalıdır.
4. **Kanal Uyumu:** WhatsApp'ta kısa/dinamik, e-postada ise kurumsal başlık ve maddeli yapı tercih edilmelidir.
5. **Segmentasyon:** Yorum davetleri sadece yüksek NPS veren (Promoter) misafirlere gönderilmelidir.

Deliverables

3 Kanallı Mesaj Kütüphanesi, Placeholder Rehberi, UTM Etiketleme Standartları.

'İYİ vs KÖTÜ'

OTEL SATIŞ SONRASI MESAJ KARŞILAŞTIRMASI

KÖTÜ ÖRNEK

(Savunmacı, Belirsiz)



TON VE NETLİK STANDARDI

Ton: Olumsuz, İletişimsiz

İYİ ÖRNEK

(Empati + Netlik + Süre)



Ton: Çözüm Odaklı, Profesyonel

Sonuç: Güven ve Memnuniyet Artışı

“Hatalı (karmaşık ve soğuk) metin ile ideal (net ve empatik) metin arasındaki farkı gösteren ton standardı karşılaştırması.”