

# Sosyal Medya Lead & Rezervasyon Akış Şablonu

## — SMM → CRM Flow (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, sosyal medya üzerinden gelen talepleri (DM/WhatsApp/web form) CRM/rezervasyon sistemine düzenli şekilde kaydetmek, etiketlemek ve satış/rezervasyon ekiplerine SLA ile devretmek için hazırlanmıştır. Kanal katkısını ROI düzeyinde raporlamayı kolaylaştırır. Otel (call center) ve B2B (pipeline) senaryoları için ayrı akış örnekleri içerir.

**Kim Kullanır?:** Call center/rezervasyon/CRM altyapısı olan otel ve B2B markalar ile ajans ve in-house ekipler.

### Nasıl Kullanılır?


- Potansiyel müşteri (lead) kaynaklarını ve talep türlerini tanımlayarak CRM veri giriş alanlarını zorunlu hale getirin.
- Satış ekiplerine devir SLA sürelerini ve operasyon sorumlularını belirleyip bu adımları günlük operasyon rutinine bağlayın.
- Aylık veri raporlama dönemlerinde sosyal kaynaklı lead → dönüşüm → ROI (Yatırım Getirisi) görünürlüğünü kurun.

### TEMPLATE – SMM → CRM Operasyon Akışı (Boş Şablon)

#### A) Ölçüm & Önceliklendirme Kontrol Listesi

- Lead Kaynaklarının Listelenmesi:** Gelen potansiyel müşteri verileri için kanallar netleştirildi (Instagram DM / WhatsApp / Messenger / Web Formu).
- Talep Türlerinin Standardizasyonu:** Gelen talepler kategorize edildi (Rezervasyon / Teklif / Demo / Şikâyet).
- Zorunlu CRM Alan Seti:** Veri kayıplarını önlemek için sisteme giriş parametreleri zorunlu tutuldu (Kaynak, Kanal, Kampanya, Güncel Durum).
- SLA Hedeflerinin Belirlenmesi:** Süreç takip limitleri netleştirildi (İlk yanıt süresi, Satış ekibine devir süresi, Takip/Follow-up periyodu).
- Etiket Sözlüğü (Dictionary):** CRM ve panel verilerinin eşleşmesi için ortak bir etiket sözlüğü oluşturuldu.
- Performans Dashboard Kurgusu:** Sosyal lead → dönüşüm oranlarını anlık izleyecek raporlama ekranı planlandı.

#### B) Problem → Kök Neden → Çözüm Matrisi

 Ekleriniz arasında yer alan **image\_e2b3dd.png** dosyasında dökümanite edildiği üzere, sosyal mecralardaki lead kaçaklarını önleyecek yapısal çözüm matrisi şu şekildedir:


Problem	Kök Neden	Çözüm
DM'de kalıyor	Kayıt standardı yok	CRM kayıt şablonu + sorumluluk ataması

<b>ROI görünmüyor</b>	Etiket/UTM yok	Kampanya etiketi + UTM standartlaştırması
<b>Geç yanıt veriliyor</b>	SLA tanımlı değil	Günlük kontrol slotları + SLA + eskalasyon hattı
<b>Satış ekibi takip etmiyor</b>	Pipeline standardı yok	Durum (status) alanları tanımlama + follow-up kuralı

### C) 14 Günlük Entegrasyon Sprint Planı

- **Gün 1–2 (Planlama):** Lead kaynaklarının tespiti, talep türlerinin netleştirilmesi ve ekipler arası rol dağılımının yapılması.
- **Gün 3–4 (Altyapı):** CRM alan setinin kurgulanması ve sistemde kaynak/kanal/durum alanlarının doldurulmasının zorunlu kılınması.
- **Gün 5–6 (Taksonomi):** Ortak etiket sözlüğünün (dictionary) ve kampanya UTM etiketleme standartlarının oluşturulması.
- **Gün 7 (Prosedür):** İlk yanıt ve devir SLA hedeflerinin belirlenmesi, tıkanma anları için eskalasyon (yönlendirme) hattının kurulması.
- **Gün 8–9 (Yetkinlik):** DM ve WhatsApp operasyonları için bilgi toplama soru şablonlarının yazılması ve ekiplere operasyon eğitimi verilmesi.
- **Gün 10 (Pilot Uygulama):** 1 haftalık pilot test sürecinin başlatılması; gerçek verilerle kayıt ve devir akışının canlıda denenmesi.
- **Gün 11 (Denetim):** Pilot sürecin ilk mini raporunun çıkarılması; SLA ihlallerinin ve sistemsel eksiklerin tespit edilmesi.
- **Gün 12–13 (Optimizasyon):** İyileştirme fazı; aksayan CRM alanlarının, şablon metinlerin ve yönlendirme (route) kurallarının düzeltilmesi.
- **Gün 14 (Teslimat):** Sosyal kaynak performans dashboard'unun ilk versiyonunun yayına alınması ve süreç dokümantasyonunun kapatılması.

### D) Öncesi / Sonrası Kontrol KPI Tablosu

 Ekleriniz arasında yer alan **image\_e2b119.png** dosyasında yapılandırıldığı üzere, sürecin operasyonel verimlilik çıktısı şu metriklerle izlenecektir:

KPI	Önce	Sonra
<b>Sosyal lead kayıt oranı</b>	...	...
<b>İlk yanıt süresi (SLA)</b>	...	...
<b>Satışa devir süresi</b>	...	...

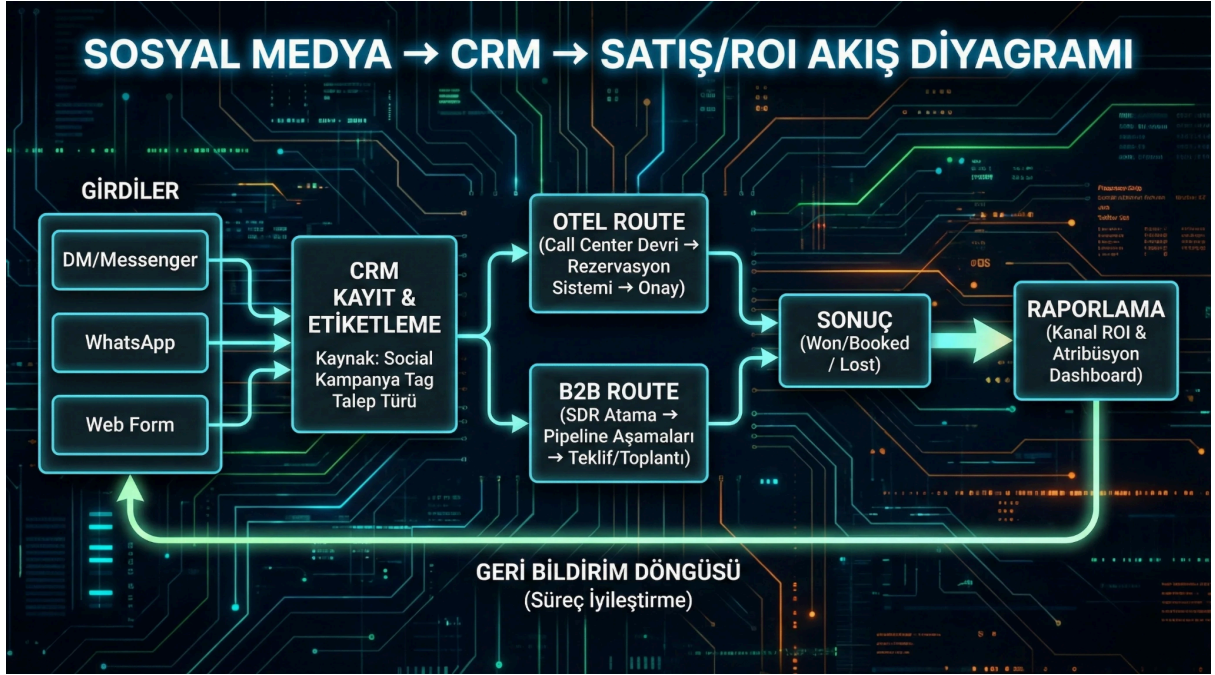
Lead → rezervasyon/meeting oranı

...

...

#### E) Proje Çıktıları (Deliverables) Listesi

1. **CRM Alan Seti + Etiket Sözlüğü:** Sistem entegrasyonu için gerekli teknik şema dokümanı.
2. **Sosyal Lead Kayıt Şablonu:** DM ve WhatsApp başındaki uzmanların veri toplarken kullanacağı hızlı soru-cevap kalıpları.
3. **Devir SLA Dokümanı + Eskalasyon Hattı:** Gecikme anlarında üst yönetime veya ilgili departman liderine bilgi akışını sağlayan protokol.
4. **Sosyal Kaynak Dashboard:** Sosyal medyadan gelen müşterilerin ciroya ve dönüşüme etkisini gösteren lead → conversion ekranı.
5. **Otel (Call Center) ve B2B (Pipeline) Akış Şeması:** Sektörel dinamiklere göre özelleştirilmiş kullanıcı yolculuğu haritası.



#### [Diagram] — Sosyal Medya → CRM → Satış/Rezervasyon Akış Diyagramı

*Kullanıcının sosyal medyada mesaj atmasıyla başlayan, CRM kaydı ve SLA süzgecinden geçerek otel rezervasyon ekibine veya B2B satış pipeline'ına aktarılan uçtan uca akış şeması*

## SOSYAL LEAD ENTEGRASYON KONTROL LİSTESİ

- Lead kaynakları tanımlı (DM/WA/Form)
- CRM'de 'Sosyal Kaynak' alanı zorunlu
- Satışa devir SLA süreleri yazılı
- Kampanya/UTM etiket standardı var
- Lead durumları (status) standart
- Sosyal kaynak ROI raporu aktif

### [Checklist Card] — Sosyal Lead Entegrasyonu Kontrol Kartı

*Pazarlama ve satış ekiplerinin veri kayıplarını sıfıra indirmek, kanalın ciroya (ROI) net katkısını ölçmek adına günlük operasyonda masa üstünde bulundurabilecekleri kompakt kontrol listesi kart tasarımı*