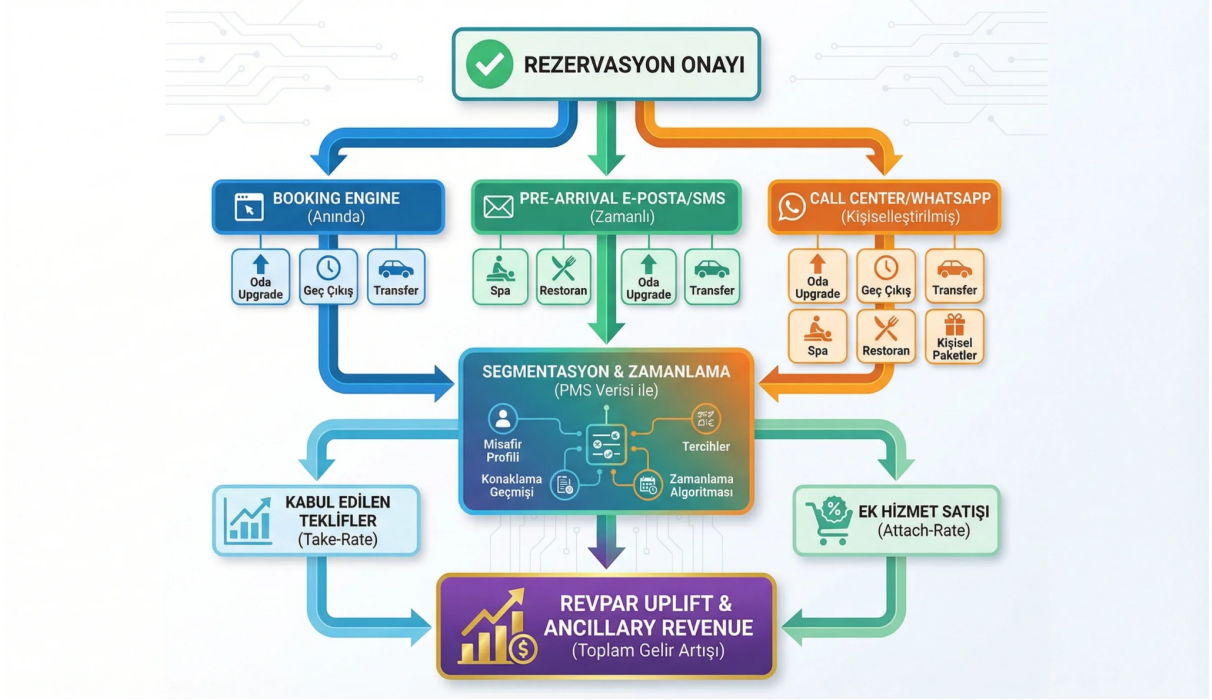


Up-Sell & Cross-Sell Planlama Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon; teklif türü, segment, zamanlama ve kanal parametrelerini birleştirerek satış stratejilerinizi standartlaştırır. Booking engine, e-posta, WhatsApp ve çağrı merkezi kanallarını tek bir plana bağlayarak RevPAR artışını ve yan gelir (ancillary) oranlarını ölçülebilir hale getirir.

Kim Kullanır?: Gelir yöneticileri, satış-pazarlama müdürleri, çağrı merkezi liderleri ve CRM sorumluları.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

1. **Segmentasyon:** Hedef kitleyi 3 temel segmente ayırın (Örn: Aile, Çift, Premium).
2. **Matris Oluşturma:** Her segmente özel 1 upsell ve 1 cross-sell teklifi tanımlayarak zaman çizelgesine yerleştirin.
3. **Optimizasyon:** KPI verilerini girin ve 14 günlük sprintlerle en yüksek dönüşüm sağlayan teklifleri ölçekleyin.

B) TEMPLATE İÇERİĞİ (Worksheet)

1) Segment Tanımları

- **Segment 1:** _____ (Örn: Aile / Uzun Konaklama)
- **Segment 2:** _____ (Örn: Çift / Romantik Kaçamak)
- **Segment 3:** _____ (Örn: Premium Oda / Sadık Misafir)

2) Teklif Matrisi (Kopyala–Doldur)

Segment	Up-sell Teklifi	Cross-sell Teklifi	Zamanlama	Kanal	KPI
S1	Üst segment oda	Aile boyu akşam yemeği	Pre-arrival	E-posta	Take-rate
S2	Boğaz manzaralı oda	Spa/Masaj paketi	Rezervasyon anı	Engine	Attach rate
S3	Süit upgrade	Havaalanı VIP transfer	48-72 saat kala	WhatsApp	RevPAR uplift

Görsel Referans:

3) Zamanlama Penceresi & KPI Seti

- **Rezervasyon Sırası (Engine):** Anlık fırsat sunumu.
- **Pre-arrival (7–10 Gün):** Beklenti yönetimi ve planlama teklifleri.
- **Pre-arrival (48–72 Saat):** Son dakika upgrade ve transfer odaklı iletişim.

Temel Metrikler:

- **Upsell Take-rate (%):** Üst paket tercih oranı.
- **Cross-sell Attach Rate (%):** Ek hizmet ekleme oranı.
- **RevPAR Uplift:** Odabaşı gelirdeki net artış.
- **Ancillary Revenue:** Rezervasyon başına düşen yan gelir tutarı.

14 Günlük Satış Sprint Planı

Gün	Faaliyet	Çıktı
1–2	Hazırlık	Teklif metinleri ve landing page yerleşimleri.
3	Kurgu	Segment bazlı hedefleme kurallarının sisteme girilmesi.

4–10	Yayın	Canlı izleme ve veri toplama süreci.
11–14	Karar	KPI sonuçlarına göre ölçekleme veya revizyon.

Uygulama Kontrol Listesi

- [] Teklifler "tek fayda + net fiyat" dilinde açıkça yazıldı mı?
- [] İletişim zamanlaması 3 farklı pencereye (Engine/Pre-arrival) bölündü mü?
- [] Çağrı merkezi ekipleri için script ve SLA tanımları yapıldı mı?

Deliverables

- Planner Sheet, Teklif Metni Kütüphanesi, KPI Panel Taslağı.

