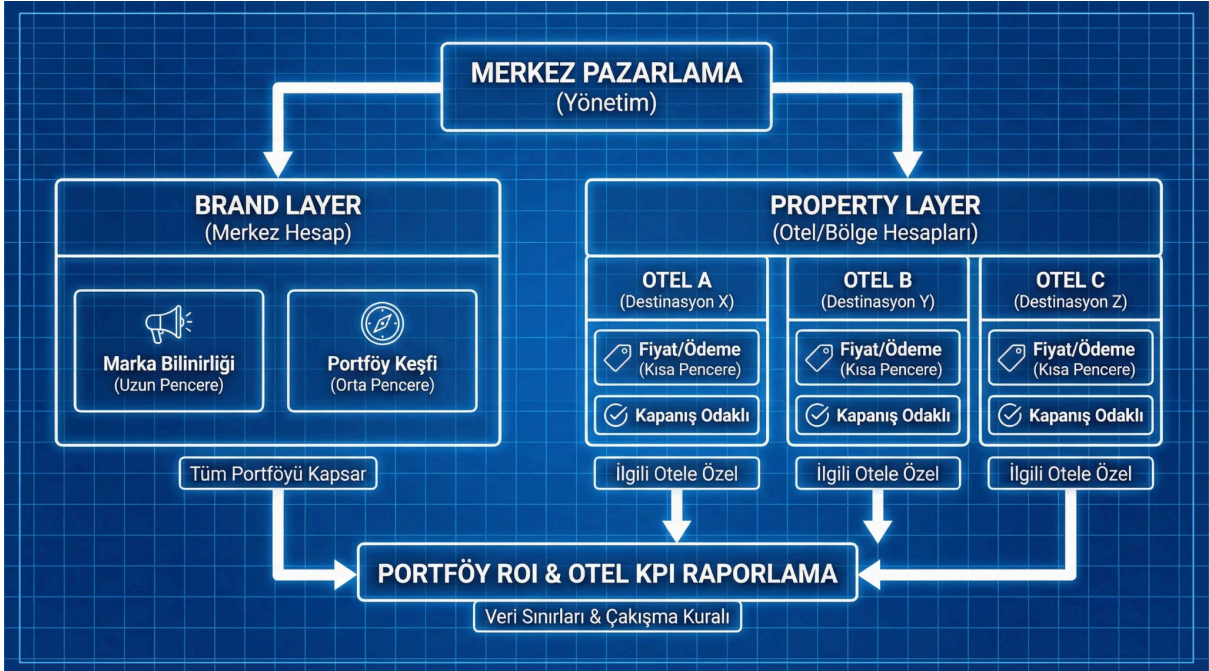


Zincir Otel Remarketing Mimari & Segment Şablonu (v1.0)

Asset Amacı: Bu şablon, zincir otellerde marka (brand) vs. tesis (property) kampanya mimarisini ve segment setini tek bir tabloda planlamanızı sağlar. Amacı, merkezi kontrol ile otel bazlı esnekliği hibrit bir modelde birleştirip cross-sell ve upsell fırsatlarını ölçülebilir hale getirmektir. Ayrıca, hangi verinin hangi otel veya marka tarafından kullanılabileceğini netleştirerek operasyonel riskleri minimize eder.

Kim Kullanır?: Merkez Pazarlama Ekibi, Bölge/Otel Pazarlama Yöneticileri, Ajans Strateji ve Raporlama Ekipleri.



“Zincir otel remarketing hesap yapısını, marka ve otel bazlı kampanya hiyerarşisini gösteren mimari şema diyagramı.”

Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Yapılandırma:** Portföyünüzü (marka, oteller, bölgeler) tanımlayın ve yönetim modelinizi (Merkezi/Hibrit/Otel Bazlı) seçin.
- Katmanlama:** Marka, portföy, tesis ve sıcak segment (ödeme adımı) setlerini tanımlayıp her birine kanal rolü ve zaman penceresi atayın.
- Pilot ve Rapor:** Cross-sell/upsell senaryolarını pilot olarak başlatın ve portföy + otel bazlı KPI setleriyle sonuçları izleyin.

Mimari & Segment Planı (Şablon)

Stratejinizi Őu temel katmanlar üzerinden kurgulayın:

A) Kampanya Katmanları (Layers)

- **Brand Layer:** Marka bilinirliĐi ve genel sadakat mesajları (30-90 gün).
- **Portfolio Layer:** Bölgesel veya kategori bazlı (Resort/Őehir) keŐif segmentleri (14-30 gün).
- **Property Layer:** Otel bazlı oda/fiyat inceleyenler (1-14 gün).
- **Sıcak Layer (Payment):** Rezervasyonu tamamlamamıŐ en sıcak kitle (1-3 gün).

B) Cross-sell / Upsell Kuralları

- **Cross-sell:** Misafirin seŐtiĐi otelde müsaitlik yoksa veya fiyat segmenti dıŐındaysa alternatif otel nerisi.
- **Upsell:** Mevcut oda tipinden daha üst bir kategori iŐin premium teklif sunumu.
- **KPI:** Cross-sell dönüşüm oranı ve upsell katkı payı.

Zincir Otel Kurulum Checklist'i

- Marka (Brand) ve Tesis (Property) katman ayrımı net Őekilde yapıldı mı?
- Hibrit modelde merkez ve yerel ekiplerin sorumlulukları yazılı mı?
- Rezervasyon tamamlayanlar (Booking Completed) tüm portföy genelinde exclude ediliyor mu?
- Cross-sell/upsell iŐin pilot bir senaryo ve mesaj  er evesi seŐildi mi?
- Veri sınırları ve KVKK uyumlu data paylaŐım izinleri netleŐtirildi mi?

Deliverables

Multi-Property Kampanya Mimarisi v1.0, Segment-Pencere Planı, Cross-sell/Upsell Pilot Planı ve Raporlama  er evesi.

MULTI-PROPERTY KURULUM KONTROL ÇERÇEVESİ

MİMARİ & SEGMENT (Yapı)

- ✓ Brand ve Property Layer Net Ayrıldı 
- ✓ Hibrit Model Rollerini Yazıldı 
- ✓ Segmentler Katmanlı (Brand/Portföy/Sıcak)
- ✓ Dönüşüm Yapanlar Exclude Edildi 

SENARYO & ÖLÇÜM (Uygulama)

- ✓ Cross-sell Pilot Senaryosu Seçildi 
- ✓ Upsell Teklifi Sürdürülebilir 
- ✓ Veri Sınırları ve İzinler Net 
- ✓ Portföy ve Otel Raporu Hazır 

Hedef: Marka gücüyle otel kapanışını birleştiren portföy stratejisi.

“Çoklu tesis yapılarında remarketing kurulumunun 10 kritik adımını özetleyen strateji kartı.”