

# PMS/OTA Satış Dashboard Örnek Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** PMS ve OTA gelir verilerini Looker Studio üzerinde tek bir "Revenue Kontrol Paneli"nde birleştirir. Rezervasyonun hangi kanaldan (OTA, Web, Çağrı Merkezi) geldiğini, RevPAR başarısını ve iptal/no-show kayıplarını gerçek zamanlı izlemenizi sağlayarak revenue toplantılarını aksiyon odaklı hale getirir.

**Kim Kullanır?:** Resort otellerde GM, Revenue Manager, Satış-Pazarlama ve Raporlama ekipleri.

## A) Audit Sheet: Revenue Entegrasyon Skoru

Panelinizi kurmadan önce veri kaynaklarınızın kalitesini 0–5 arası puanlayarak ölçün:

Ölçüm Alanı	Skor (0-5)	Durum
<b>GA4 Dönüşüm Doğruluğu:</b> E-ticaret verileri PMS ile tutarlı mı?	—	[ ]
<b>Kanal Sözlüğü:</b> Kanallar (Expedia, Web, Call Center vb.) net mi?	—	[ ]
<b>Gelir Ayrımı:</b> Net ve Brüt (komisyon hariç) ayrımı yapılabilir mi?	—	[ ]
<b>İptal/No-Show Verisi:</b> İptal nedenleri ve oranları sağlıklı akıyor mu?	—	[ ]
<b>RevPAR Standardı:</b> Odalar başına düşen gelir formülü sabit mi?	—	[ ]
<b>Pazar Kırılımı:</b> Ülke ve pazar bazlı mapping (eşleme) doğru mu?	—	[ ]
<b>Güncelleme Rutini:</b> Veriler günlük olarak otomatik yenileniyor mu?	—	[ ]

## Yorum Alanları:

- **Kırmızı (Acil):** \_\_\_\_\_
- **Sarı (İyileştir):** \_\_\_\_\_
- **Yeşil (İyi):** \_\_\_\_\_

## B) İlk 10 Kritik Aksiyon Listesi

*Dashboard'u yayına alırken bu adımları sırasıyla tamamlayın:*

1. **Kanal Sözlüğünü Kilitle:** OTA, Web ve Call Center tanımlarını netleştirin.
2. **Net Gelir Standardı:** Komisyonları ayırarak net gelir hesabını sabitleyin.
3. **Zorunlu Alanlar:** PMS üzerinde iptal/no-show neden alanlarını zorunlu yapın.
4. **Tarih Kilidi:** Konaklama tarihi mi, rezervasyon tarihi mi? Standardı seçin.
5. **RevPAR Formülü:** Panel altına RevPAR hesaplama notunu ekleyin.
6. **Pazar Mapping:** Yanlış eşleşen ülke/acenteleri düzeltin.
7. **GA4 Doğrulama:** Rezervasyon event'lerini (etkinliklerini) PMS ile test edin.
8. **UTM Standartı:** Google Ads kampanya isimlerini kanal bazlı düzenleyin.
9. **Executive Sadeleştirme:** GM panelinde en kritik 12 KPI'ı bırakın.
10. **Rutin Toplantı:** Haftalık dashboard üzerinden aksiyon toplantısı başlatın.

## C) Veri Akış Mimarisi & Funnel

*PMS ve OTA verilerinin raporlama paneline yolculuğu:*

*Veri akışı, otelinizdeki farklı dijital temas noktalarından başlar ve merkezi bir "Veri Ambarı" (Data Warehouse) üzerinden Looker Studio'ya aktarılır. Bu yapı, manuel raporlama hatalarını sıfıra indirir.*

### **Akışın 4 Temel Adımı:**

1. **Veri Toplama (Raw Data):** PMS'den konaklama verileri, OTA panellerinden (Expedia, Booking vb.) komisyon ve iptal verileri, GA4'ten ise web trafik verileri ham olarak çekilir.
2. **Veri Temizliği (Mapping):** Farklı kaynaklardan gelen kanal isimleri ortak bir dilde birleştirilir (Örn: "B.com", "Booking" ve "Booking.com" verileri tek bir "OTA-Booking" etiketinde toplanır).
3. **Huni (Funnel) Kurulumu:** \* **Üst Huni (Top):** Reklam gösterimi ve web trafiği.
  - **Orta Huni (Mid):** Müsaitlik sorgulama ve rezervasyon adımları.
  - **Alt Huni (Bottom):** Tamamlanmış rezervasyon, Check-in ve Net Gelir.
4. **Görselleştirme:** Temizlenmiş ve anlamlandırılmış veri Looker Studio'da yönetici panellerine (Dashboard) yansıtılır.

## D) Öncesi/Sonrası Performans Tablosu

Kriter	Önce (Manuel/Karmaşık)	Sonra (Dashboard/Tek Panel)
Rapor Hazırlama Süresi	4-6 Saat / Haftalık	Anlık / Otomatik
Kanal Mix Belirsizliği	Tahmine Dayalı	Veri Temelli Karar
Karar Hızı	Haftalık Toplantı Bekleniyor	Günlük Müdahale
Aksiyon Sayısı	Kısıtlı	Kanal Bazlı Optimize

## E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Executive Sales Panel:** GM için özet gelir ve doluluk paneli.
- Channel Mix Sayfası:** OTA, Web ve Call Center performans kıyası.
- Quality Report:** İptal/No-Show oranları ve net gelir analizi.
- Demand Bridge:** Reklam harcamasının (Ads) satışa dönüşüm hunisi.