

OTA Bazlı Pazar Önceliklendirme Tablosu (v1.0)

Asset Amacı: Bu analiz formu, OTA portföyunuzu pazar, segment ve sezon ekseninde puanlayarak hangi kanala odaklanmanız gerektiğini ölçülebilir hale getirir. Expedia, Agoda ve diğer OTA'ları tek bir kalıp yerine market mix mantığıyla konumlandırarak, 30 günlük bir optimizasyon sprinti için net aksiyonlar üretir.

Kim Kullanır?: Revenue (gelir) yönetimi, satış-pazarlama ekipleri, kanal yöneticileri ve ajanslar.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Tanımlama:** Hedef pazarlarınızı (DE/RU/UK/Asia vb.) ve sezon dönemlerini (sezon başı/yüksek sezon/omuz sezon) tabloya işleyin.
- Skorlama:** Her OTA'yı pazar-segment bazında 0–5 arası puanlayın (pazar uyumu, dönüşüm, kârlılık ve risk faktörleri).
- Planlama:** En yüksek skorlu 2–4 OTA'yı seçerek 30 günlük içerik standartı ve test planını devreye alın.

A) Audit Sheet: OTA Portföy Skorlama (0–5 Puan)

Aşağıdaki alanları her OTA kanalı için ayrı ayrı değerlendirin:

- Pazar Uyumu:** Hedeflenen bölgedeki talep gücü.
- Segment Uyumu:** Otel konseptinin (Aile/Yetişkin/Şehir vb.) kanaldaki kitlesiyle uyumu.
- Dönüşüm Potansiyeli:** Profil ve ürün uyumu sonrası rezervasyona dönme hızı.
- Kârlılık:** Komisyon sonrası net ADR (ortalama günlük ücret) etkisi.
- Risk Analizi:** İptal oranları ve operasyonel yük (Ters skorlayın).
- Uygulanabilirlik:** Channel Manager (CM) senkronizasyonu ve içerik yönetim kolaylığı.

B) OTA Portföy Audit Tablosu (Şablon)

Pazar	Sezon	Segment	OTA	Skor (0–5)	Risk (0–5)	Durum
UK	Sezon başı	Resort	Expedia	TBD	TBD	TBD
Asia	Omuz sezon	Resort	Agoda	TBD	TBD	TBD
DE	Yüksek sezon	Aile	Other OTA	TBD	TBD	TBD

Yorumlama:

- Yeşil:** Ölçeklenebilir, KPI'lar olumlu ve sürdürülebilir.
- Sarı:** Test gereklili, içerik standartı eksiklikleri var.
- Kırmızı:** Yüksek iptal/risk, düşük kârlılık; tutarsızlık riski.

30 Günlük Optimizasyon: İlk 10 Aksiyon

- Market mix'i netleştirin ve odaklanılacak 2–4 ana OTA'yi seçin.
- Tüm kanallar için tek bir "İçerik Standart Dokümanı" hazırlayın.
- Fotoğraf galerisinde "İlk 10 Akış" kuralını uygulayın.
- Oda ve politika tutarlılığını PMS/CM üzerinden doğrulayın.
- Kanal bazlı KPI panelini (CTR, Dönüşüm, İptal) aktif edin.
- 14 günlük kampanya test planı ve eşiklerini belirleyin.
- Metasearch fiyat tutarlılığı alarmlarını kurun.
- Günlük 15 dakikalık "Yorum Yanıt Rutini" başlatın.
- Pazar-OTA eşleşme tablosunu güncel verilerle doldurun.
- 30 gün sonunda düşük performanslı kanalları sadeleştirin veya ölçekleyin.

C) Öncesi / Sonrası KPI Tablosu

KPI	Öncesi	Sonrası (Hedef)	Takip
Market Mix Kanal Payı	TBD	TBD	Aylık
Dönüşüm Oranı	TBD	TBD	Haftalık
İptal / No-show	TBD	TBD	Haftalık
Net ADR Etkisi	TBD	TBD	Aylık

Deliverables

OTA Portföy Skor Tablosu, 30 Günlük Test Planı, İçerik/Fotoğraf Checklist'i, KPI Paneli.

