

# Kanal Bazlı KPI Karşılaştırma Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon; telefon, WhatsApp, Instagram DM ve OTA mesajlaşma kanallarını "eşdeğer KPI" diliyle kıyaslamayı sağlar. Kanal performansını talep türü ve segment bazında analiz ederek, operasyonel kaynak planlamasını veriye dayalı bir "kanal rol dağılımına" dönüştürmeyi hedefler.

**Kim Kullanır?:** Çağrı merkezi ve mesaj operasyon liderleri, satış-pazarlama müdürleri, otel yöneticileri ve ajans performans ekipleri.

## OTEL KANAL KPI KIYASLAMA ÇERÇEVESİ

- ☒ ☒ Eşdeğer KPI Tanımları (Hız/Çözüm/Risk)
- ☒ ☒ Talep Türü Etiketleme (Rez./Bilgi/Şikayet)
- ☐ ☐ Segment Filtreleri (Dil/Otel Tipi/Sezon)
- ☐ ☐ Telefon Hız & Dönüşüm Dengesi
- ☒ ☒ Mesaj İlk Yanıt & Yanıtsız Kalma
- ☐ ☐ OTA SLA Uyumu & Politika Etkisi
- ☒ ☒ Kanal Rolü Dokümantasyonu
- ☐ ☐ Haftalık Kıyas Tablosu Güncelleme
- ☐ ☐ KPI Bozulma Alarm Kurgusu
- ☐ ☐ Kaynak Planı & Aksiyon Döngüsü

### Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- KPI Tanımlama:** Her kanal için (Telefon, WP, DM, OTA) "eşdeğer KPI" tanımlarını girin ve veri kaynaklarını belirleyin.
- Etiketleme:** Gelen talepleri türlerine (Rezervasyon, Bilgi, İptal, Şikâyet) ve segmentlerine göre etiketlemeye başlayın.
- Haftalık Analiz:** Haftalık kıyaslama ekranında verimliliği düşen kanalı yakalayın; "hangi talep türü hangi kanala yönlendirilmeli" planını güncelleyin.

## Template İçeriği (Analiz Paneli)

### 1) KPI Sözlüğü (Eşdeğer Tanımlar)

Metrik Grubu	Telefon	Mesajlaşma (WP/DM)	OTA Mesajları
Hız	Bekleme Süresi	İlk Yanıt Süresi	SLA Yanıt Süresi
Kayıp	Terk Oranı (Abandoned)	Yanıtsız Kalma Oranı	SLA Kaçırma Oranı
Kalite	FCR (İlk Aramada Çözüm)	Çözüm Süresi	Tekrar Mesaj Oranı

### 2) Kanal KPI Tablosu (Haftalık Takip)

(Aşağıdaki tablo şablonunda veri girişi için boş bırakılmıştır)

### 3) Talep Türü Bazlı Kanal Eşleme Matrisi

## Uygulama Kuralları (5 Altın Kural)

- Eşdeğerlik:** Kanalları kıyaslamadan önce KPI tanımlarının "eşdeğer" olduğundan emin olun.
- Kırılım Odaklılık:** Genel ortalamalar yanıltıcı olabilir; veriyi mutlaka "Talep Türü" (Rezervasyon vs. Şikâyet) ve "Segment" (Resort vs. City) kırılımıyla okuyun.
- Kalite Kontrol:** Hız metrikleri iyileşirken çözüm/dönüşüm oranları düşüyorsa, yanıt kalitesini denetleyin.
- OTA Hassasiyeti:** OTA mesajlarını, platformun kendi katı SLA ve cevaplama politikalarını gözетerek ayrı değerlendirin.
- Satış Katkısı:** Final "Sonuç KPI" değerini (Conversion Rate) mutlaka kanal karmasıyla ilişkilendirin.

## Kontrol Listesi

- ☐ Eşdeğer KPI sözlüğü tüm kanallar için yazıldı mı?
- ☐ Talep türü etiketlemesi operasyonda zorunlu hale getirildi mi?
- ☐ Segment filtreleri (Ülke, Dil, Sezon) standartlaştırıldı mı?
- ☐ "Kanal Rol Kartı" (Örn: Satış için Telefon, Bilgi için DM) güncel mi?
- ☐ Haftalık "Review" (İnceleme) ritmi takvime işlendi mi?

## Deliverables

Kanal KPI Kıyas Tablosu, Talep Türü Bazlı Kanal Eşleme Matrisi, Haftalık Aksiyon Planı Sayfası.