

# Otel & Turizm Web Sitesi UX + Rezervasyon Funnel Planlama Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Bu şablon, otel web sitesindeki tüm kullanıcı yolculuğunu (Ana sayfa > Oda > Funnel > Mobil > Çağrı Merkezi) tek bir stratejik dokümanda birleştirir. Dağınık revizyon taleplerini, doğrudan rezervasyon artışını hedefleyen önceliklendirilmiş bir sprint planına dönüştürür ve teknik entegrasyon (PMS/Ödeme) risklerini görünürlük sağlar.

**Kim Kullanır?**: Otel satış/pazarlama ve revenue yöneticileri, UX/UI tasarımcıları ve yazılım geliştirme ekipleri.

## A) Stratejik Planlama & UX Kararları

### 1. Hedef & KPI Belirleme

- Birincil Hedef:** \_\_\_\_\_ (Örn: Direkt rezervasyon oranını %15 artırmak)
- Kritik KPI'lar:**
  - Funnel Completion Rate:** %\_\_\_\_\_
  - Checkout Drop-off Rate:** %\_\_\_\_\_
  - Mobile Conversion Rate:** %\_\_\_\_\_

### 2. Kullanıcı Yolculuğu (5 Kritik Adım)

- Keşif:** Kullanıcı ana sayfada otelin ruhunu ve değer önerisini 3 saniyede anlıyor mu? \_\_\_\_\_
- Karşılaştırma:** Oda tipleri ve fiyatlar yan yana net bir şekilde kıyaslanabiliyor mu? \_\_\_\_\_
- Güven:** Misafir yorumları ve "En İyi Fiyat Garantisi" gibi sosyal kanıtlar nerede? \_\_\_\_\_
- Rezervasyon:** Ödeme adımı ne kadar sürtünmesiz (frictionless)? \_\_\_\_\_
- İletişim:** Kullanıcı tıkandığında "Call Center" veya "WhatsApp" destegine ne kadar yakın? \_\_\_\_\_

## B) Rezervasyon Funnel Analizi (Tarih → Oda → Fiyat → Ödeme)

Aşağıdaki tabloyu doldurarak funnel'daki sızıntıları tespit edin:

Adım	Amaç	Friksiyon Kaynağı (Drop-off)	Çözüm Aksiyonu	Kanıt/Ölçüm
Tarih Seçimi	Uygunluk gösterme	Takvim arayüzü hatası	Mobil uyumlu takvim	% Drop-off
Oda Seçimi	Değer önerisi sunma	Karışık fiyat/oda eşleşmesi	Filtreleme/Sıralama	Click-through
Ödeme	Güvenli kapanış	Çok fazla form alanı	Tek tıkla ödeme / GPay	Dönüşüm oranı

## C) 14 Günlük UX & Funnel Sprint Planı

Hızlı kazanımlardan teknik entegrasyonlara uzanan düzeltme takvimi:

- Gün 1-4: Hızlı Kazanımlar.** Ana sayfa "Hızlı Arama" modülü optimizasyonu, LCP (hız) iyileştirmesi ve form alanlarının %30 kısaltılması.
- Gün 5-9: Oda & Funnel Fix.** Oda sayfasına "Sticky CTA" (mobil) eklenmesi, fiyat-iptal koşulu-yorum üçlüsünün aynı blokta toplanması.
- Gün 10-14: Entegrasyon & QA.** PMS/OTA fiyat senkronizasyon testi, ödeme geçidi (PCI) hatalarının tespiti ve A/B test sonuçlarının analizi.

## D) Öncesi/Sonrası KPI Takip Tablosu

Metrik	Mevcut (Önce)	Hedef (Sonra)	Ölçüm Aracı
Funnel Tamamlama Oranı	% ____	% ____	Google Analytics 4
Ortalama Rezervasyon Süresi	____ dk	____ dk	Hotjar / Mixpanel
Checkout Hata Oranı	% ____	% ____	GTM Error Tracking

## E) Uygulama İçin 5 Altın Kural

- KPI Olmadan UX Yapmayın:** Her tasarım değişikliği bir KPI'ı (örn: sepete ekleme oranı) yukarı taşımalıdır.
- Üçlü Kural:** Oda sayfasında **Fiyat, İptal Koşulu ve Güven (Puan)** aynı ekran çerçevesinde görünmelidir.
- Mobil Önce (Mobile First):** Rezervasyonların çoğu mobilde başlar; "Ara/WhatsApp" butonlarını kullanıcı tıkandığında (exit intent) belirecek şekilde kurgulayın.
- İlerleme Göstergesi:** Funnel adımlarında kullanıcıya "5 adımın 2.'sindesiniz" gibi net bir ilerleme barı sunun.
- Entegrasyon Notu:** PMS veya ödeme geçidindeki bir gecikme (latency), en iyi UX tasarımını bile öldürebilir; teknik sağlığı planın parçası yapın.

## Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Funnel Diyagramı:** Adım adım kullanıcı akışı.
- Oda Sayfası Mockup:** İyi (Dönüşüm Odaklı) vs. Kötü (Karışık) karşılaştırması.
- Sprint Backlog:** 14 günlük uygulama görev listesi.
- Teknik Not:** PMS/OTA ve ödeme sistemleri entegrasyon kontrol listesi.