

OTA Fiyat Benchmark Checklist'i (v1.0)

Asset Amacı: Online Seyahat Acentelerindeki (OTA) fiyat rekabetini izleme ve aksiyon alma sürecini standartlaştırır. Rakip seti (CompSet), tarih pencereleri ve fiyat paritesi (Parity) kontrollerini tek bir discipline bağlayarak; doluluk ve ADR (Ortalama Günlük Ücret) hedeflerinize uygun, veriye dayalı fiyatlandırma kararları almanızı sağlar.

Kim Kullanır?: GM/Otel Sahipleri, Revenue Yöneticileri, Satış–Pazarlama ve Kanal Yönetimi Ekipleri.

A) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

Fiyat analizi döngüsünü başlatmadan önce bu 8 kritik yapı taşıını doğrulayın:

- [] **CompSet Filtresi:** 4–8 rakip otel; bölge, segment ve fiyat bandına göre seçildi mi?
- [] **Zaman Pencereleri:** Kısa dönem (7–14 gün) ve orta dönem (30–60 gün) pencereleri sabitlendi mi?
- [] **Elma-Elma Eşleşmesi:** Kiyaslanan oda tipleri ve iptal koşulları (İptal edilebilir vs. Non-ref) aynı mı?
- [] **Parite Rutini:** Kendi web siteniz ile OTA'lar arasındaki fiyat eşitliği haftalık denetleniyor mu?
- [] **Band Hedefi:** Rakiplere göre konumlanma hedefi (Örn: ±%5 bandı) belirlendi mi?
- [] **İstisna Takvimi:** Bayram, konser veya kongre gibi "Pik" günler stratejiden ayırtırıldı mı?
- [] **Etki Metrikleri:** Fiyat değişiminin Doluluk, ADR ve RevPAR üzerindeki etkisi izleniyor mu?
- [] **Aksiyon Disiplini:** Analiz sonrası 3–6 maddelik somut bir görev listesi oluşturuluyor mu?

B) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm
Düşük ADR (Düşük Kar)	Sadece "en ucuz olma" refleksi	Fiyat bandı hedefi koy ve "değer odaklı" paketler ekle.
Parite İhlalleri	Kanal bazlı kontrol eksikliği	Haftalık Parity Audit yap; web sitesi avantajını koru.
Dönüşüm Kaybı	Rakipten çok pahalı kalmak	Doluluk düşükse ±%5 bandına çekil; yüksekse fiyatı koru.

C) 14 Günlük Fiyat Benchmark Sprint'i

Veriden aksiyona geçiş takvimi:

- Gün 1–5:** Rakip seti, tarih pencereleri ve oda eşleme standartlarının belirlenmesi. İlk benchmark tablosunun oluşturulması ve fiyat paritesi denetimi.
- Gün 6–9:** İlk stratejik fiyat ayarının yapılması (sınırlı oda tiplerinde), 7 günlük trend izleme panelinin kurulması ve doluluk/ADR analizi.
- Gün 10–14:** Paket/avantaj testleri, direkt kanal (Web) teşvik aksiyonları, pik gün stratejisinin gözden geçirilmesi ve öğrenim notlarıyla yeni sprintin planlanması.

D) Öncesi / Sonrası KPI Tablosu

Metrik	Önce	Hedef	Sonra
Price Position Index (PPI)	—	Pazar Liderliği	—
Ortalama Günlük Ücret (ADR)	—	+%8	—
RevPAR (Oda Başı Gelir)	—	Artış	—

E) Deliverables (Teslim Edilecekler)

- Rakip Seti Kartı:** Gerekçelendirilmiş rakip listesi.
- Eşleşme Standartı:** Oda tipi ve koşul kıyaslama rehberi.
- Haftalık Benchmark Tablosu:** Fiyat ve parite takip çizelgesi.
- Aksiyon & Öğrenim Notu:** Uygulanan değişiklıkların sonuç dökümü.