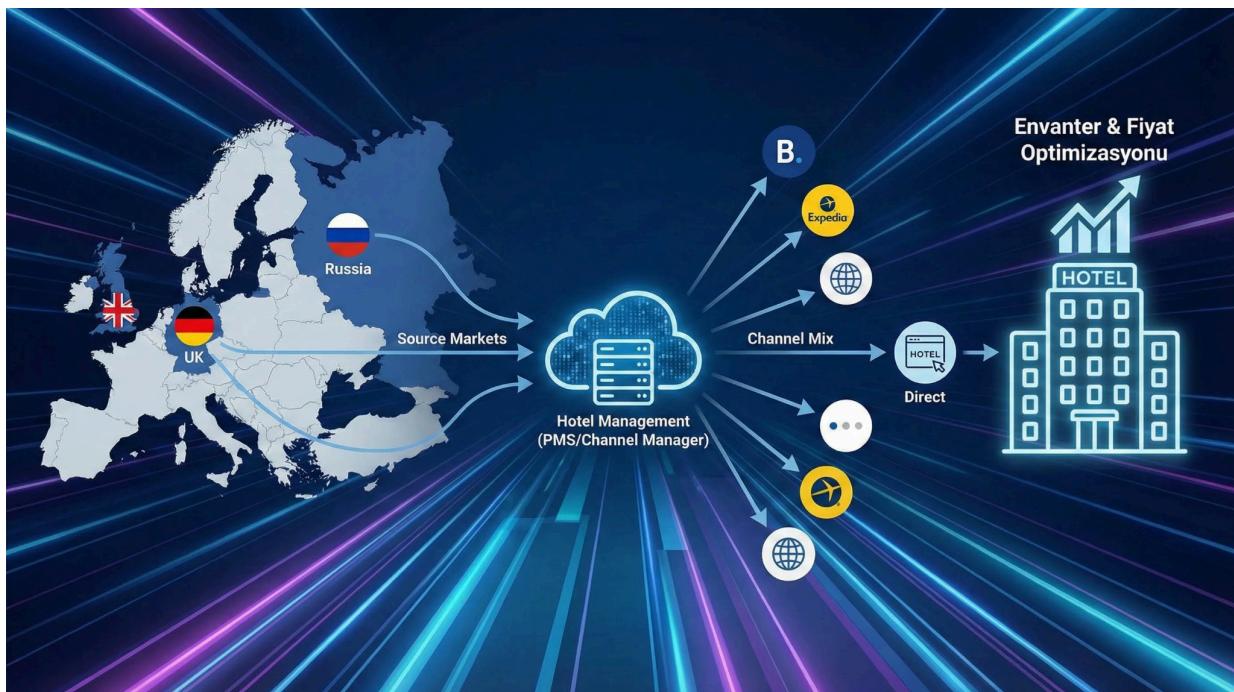


# Hedef Pazar & Kanal Dağılımı Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Kaynak pazar (Source Market) verilerini, en uygun kanal karmasına (Channel Mix) ve envanter payına (Inventory Share) dönüştürmek için tasarlanmıştır. Bu şablon; otelinize özel birincil, ikincil ve taktiksel kanal kararlarını 90 günlük bir takip planıyla tek bir stratejik çerçevede toplar.

**Kim Kullanır?:** Genel Müdürler (GM), Revenue (Gelir Yönetimi) uzmanları, Satış-Pazarlama yöneticileri ve raporlamadan sorumlu ajans ekipleri.



## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Veri Girişi:** Son 90-180 güne ait pazar ve kanal performans göstergelerini (KPI) doldurun.
- Strateji Belirleme:** Her pazar için ana (primary), destekleyici (secondary) kanalları ve envanter payı yüzdelerini tanımlayın.
- Takvimleme:** 90 günlük aksiyon planını ve revizyon tarihlerini ekleyerek uygulamaya geçin.

## B) TEMPLATE — Pazar & Kanal Yönetim Matrisi

### A) Source Market (Kaynak Pazar) Özeti

- Pazar Adı: \_\_\_\_\_
- Pazar Payı (Rezervasyon/Geceleme/Gelir): \_\_\_\_\_
- İptal Oranı: \_\_\_\_\_
- Lead Time (Medyan): \_\_\_\_\_
- ADR / Net Gelir Katkısı: \_\_\_\_\_

### B) OTA Channel Önceliklendirme

- Primary Kanal(lar): \_\_\_\_\_
- Secondary Kanal(lar): \_\_\_\_\_
- Tactical Kanal(lar): \_\_\_\_\_
- Kanal Seçim Kriteri Notu (Net Gelir/İptal/Lead Time): \_\_\_\_\_

### C) Inventory Share (Envanter Payı) Planı

- Primary Kanallara Ayrılan Pay (%): \_\_\_\_\_
- Secondary Pay (%): \_\_\_\_\_
- Tactical Pay (%): \_\_\_\_\_
- Direkt Kanal İçin Ayrılan Stratejik Pay (%): \_\_\_\_\_

### D) Pricing Strategy & Kısıtlar

- Min-Night Kuralı: \_\_\_\_\_
- Promosyon/Paket Yaklaşımı: \_\_\_\_\_
- İptal/Eşneklik Kuralı: \_\_\_\_\_
- Kanal Aç/Kapat Kriteri: \_\_\_\_\_

### E) 90 Günlük Takip Planı

- 30. Gün Kontrol: \_\_\_\_\_
- 60. Gün Revizyon: \_\_\_\_\_
- 90. Gün Karar: \_\_\_\_\_
- İzlenecek KPI Seti (3-5 Adet): \_\_\_\_\_

## Doldurma Kuralları & İpuçları

- Bütünsel Okuma:** Pazar payını sadece ciro ile değil, iptal oranları ve rezervasyon önceliği (lead time) ile birlikte analiz edin.
- OdaKlanma:** Yönetimi kolaylaştırmak için ana (primary) kanal sayısını 1 veya 2 ile sınırlı tutun.

- Taktiksel Çıkış:** Taktiksel bir kanala pay ayıriyorsanız, bu kanalın ne zaman kapatılacağına dair bir kriter (örneğin doluluk %80'e ulaştığında) belirleyin.
- Dinamik Yapı:** Envanter paylarının sezonsallığına göre değişeceğini öngörün ve planı buna göre güncelleyin.
- Bağımsızlık:** Direkt kanal payını otelin karlılığını korumak için her zaman "stratejik kontrol alanı" olarak tutun.



## Kontrol Listesi

- [ ] Her pazar için ana ve yardımcı kanallar netleştirildi mi?
- [ ] Envanter payı yüzdelarının toplamı %100 ediyor mu?
- [ ] Taktiksel kanallar için otomatik kapanış kriteri eklendi mi?
- [ ] 90 günlük değerlendirme tarihleri takvime işlendi mi?

## Deliverables & Görsel Notları

**Teslim Edilecekler:** Pazar-Kanal Matrisi, Envanter Pay Planı, 90 Günlük KPI Takip Raporu.