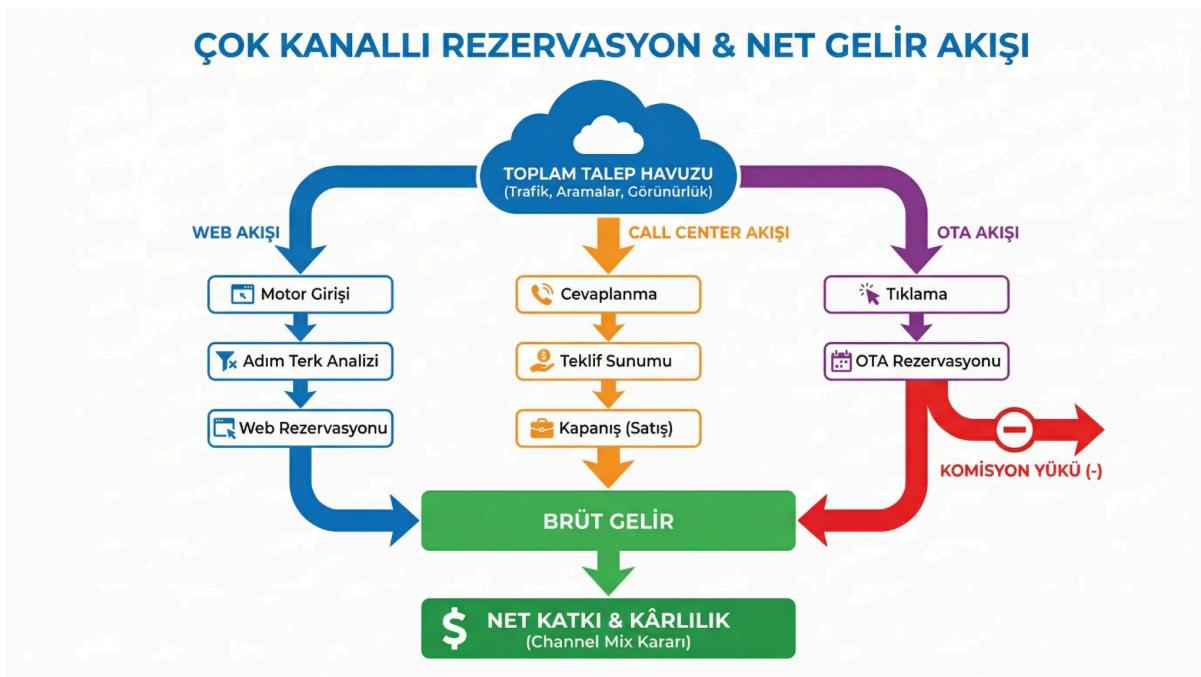


Kanal Bazlı Rezervasyon KPI Rehberi (v1.0)

Asset Amacı: Bu rehber; Call Center, Web ve OTA kanalları için dönüşüm metriklerini standartlaştırarak, raporlara komisyon ve net gelir perspektifini kazandırır. Temel amacı, "toplam rezervasyon" odaklı bakış açısını "kanal bazlı kârlılık" odağına çekerek stratejik kanal karmaşı (channel mix) kararlarını hızlandırmaktır.

Kim Kullanır?: GM/Otel sahipleri, satış-pazarlama ekipleri, operasyon (call center) ve revenue/dağıtım yönetimi sorumluları.



Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Funnel Tanımlama:** Üç ana kanal (Call/Web/OTA) için funnel adımlarını netleştirin.
- Sözlük Entegrasyonu:** Rehberdeki KPI tanımlarını raporlama panellerinize (Looker/BI) tanımlayın.
- Aksiyonel Raporlama:** Haftalık raporlarda "net katkı" ve "kanal karmaşı önerisi" alanlarını güncelleyerek karara bağlayın.

KANAL BAZLI DÖNÜŞÜM & NET GELİR KARTI

WEB DIRECT

Dönüşüm Oranı:
%2.5

Adım Terk:
%60

Net Gelir Katkısı:
Yüksek
(Komisyonuzsuz)

CALL CENTER

Cevaplanma:
%85

Kapanış Oranı:
%20

Net Gelir Katkısı:
Orta-Yüksek
(Operasyonel Maliyet)

OTA

Rezervasyon
Hacmi:
Yüksek

Komisyon Yükü:
%18

Net Gelir Katkısı:
Düşük-Orta
(Hacim Odaklı)

NET KATKI ODAKLI CHANNEL MIX HEDEFİ

Mini Guide İçeriği

1) KPI Sözlüğü (Çekirdek Tanımlar)

- Conversion Rate:** Kanal zinciri içerisindeki "adım → adım" geçiş oranı.
- Commission:** OTA kanallarından gelen maliyet (komisyon yükü).
- Net Revenue:** Brüt gelirden komisyon ve iptal etkileri çıkarıldıkten sonra kalan gerçek katkı.
- Channel Mix:** Kanalların toplam rezervasyon ve net katkı bazındaki oransal payı.

2) Kanal Bazlı Funnel Akışları

- Call Center:** Arama → Cevap → Teklif → Rezervasyon.
- Web (Direct):** Oturum → Motor Giriş → Rezervasyon → Gelir.
- OTA:** Görünürlük → Tıklama → Rezervasyon → Komisyon → Net Katkı.

3) 3 Sık Hata & Stratejik Çözüm

- Hata:** OTA hacminin yüksek olmasını tek başına başarı saymak.
 - Çözüm:** Hacmi komisyon ve net katkı verisiyle kıyaslayın.
- Hata:** Web dönüşümü düştüğünde doğrudan reklamları suçlamak.
 - Çözüm:** Rezervasyon motorundaki adım bazlı terk (drop-off) analizini yapın.
- Hata:** Call center çağrı trafiği artınca performansı "iyi" olarak yorumlamak.
 - Çözüm:** Zincir KPI'larını (Cevap/Teklif/Kapanış) baz alın.

RAPORLAMA: HATALI YORUM vs. DOĞRU YAKLAŞIM

HATALI YORUM (✗)	DOĞRU YAKLAŞIM (✓)
 OTA çok rezervasyon getiriyor, bütçeyi oraya yükle.	 OTA'yı net gelir ve komisyon lensiyle oku.
 Web dönüşümü düştü, reklamlar kötü.	 Önce web rezervasyon motoru sürtünmesini kontrol et.
 Call center araması arttı, sorun yok.	 Arama→Cevap→Kapanış zincirindeki kaybı bul.



10 Maddelik Hızlı Kazanım Listesi

- [] OTA komisyonunu bir maliyet katmanı olarak raporlayın.
- [] Web motoru adım terk oranlarını görünür kılın.
- [] Tekliften satışa dönme oranını temsilci bazlı izleyin.
- [] Channel mix'i rezervasyon payı ve net katkı payı olarak iki ayrı grafikte sunun.
- [] Haftalık raporda "1 kanal düzeltme + 1 kanal büyütme" kuralı uygulayın.