

Sektör-Problem Örnekleri

Bu dosya 14 sektörde hangi problemin gerçekten para ettiğini, o problemin kaybını hangi sayıdan hesaplayacağını ve karşılığında ne isteyebileceğinizi gösterir. Rakamlar resmi tarifeler ve yayınlanmış sektör verilerinden alınmıştır; her kalemin kaynağı satırın altında yazılıdır. Kendi şehrinizin fiyatları farklıysa yöntem aynı kalır, sadece taban rakamı değiştirin.

Önce filtre: bir problem ne zaman para eder

Üç şartın üçü birden yoksa o problemin peşine düşmeyin. Bir işletme sahibi ancak faturasını gördüğü acıya ödeme yapar.

Şart	Ne demek	Sahada nasıl doğrularsınız
Kaçıyor	Gelen talep cevapsız kalıyor, geç dönülüyor veya rakibe gidiyor.	Son 7 günün cevapsız çağrı sayısı, okunmamış mesaj sayısı, ilk yanıt süresi.
Tekrarlıyor	Aynı iş her gün veya her hafta elle yapılıyor.	Bir haftada kaç kez yapıldığı ve her seferinde kaç dakika sürdüğü.
Ölçülebilir	Kaybın parasal karşılığı hesaplanabiliyor.	Ortalama işlem tutarı x kaçan adet. İkisi de işletmenin kendi kaydında var.

Sektörden bağımsız üç sabit

Aşağıdaki üç rakam neredeyse her sektörde aynı yönde çalışır. Görüşmede taban olarak kullanın.

İlk saat kuralı. Talebe ilk 1 saat içinde dönen firmalar, 1 saat sonra dönenlere göre yaklaşık 7 kat, 24 saat sonra dönenlere göre 60 kattan fazla nitelikli görüşme çıkarıyor. Aynı çalışmada 2.241 firmanın yüzde 23'ü gelen talebe hiç dönmemiş, dönenlerin ortalama yanıt süresi 42 saat çıkmış.

Harvard Business Review, The Short Life of Online Sales Leads, 2011. 1,25 milyon talep incelemesi.

Telefon kaybı. İşletmeleri arayanların yüzde 39 ile 44'ü bir insana ulaşamıyor. Beklemeye alınanların yüzde 75'i telefonu kapatıyor.

Invoca, 60-70 milyon gerçek telefon görüşmesi analizi, 2025 ve 2026 raporları.

Kanal tercihi. Tüketicilerin yüzde 73'ü işletmeyle yazışmayı tercih ediyor, yüzde 67'si yazışma seçeneği yoksa rahatsız oluyor. Türkiye'de 16-74 yaş arası nüfusun yüzde 88,6'sı WhatsApp kullanıyor.

Meta/Kantar, 22 pazar, 11.056 kişi, 2025. TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması, 2025.

Kayıp hesabının üç formülü

Bu dosyadaki her sektörde üç formülden biri kullanılır. Görüşmede formülü açık açık kağıda yazın; işletme sahibi kendi rakamını kendi ağızıyla söylediğinde satış zaten yarılanmıştır.

Kayıp tipi	Formül	Gereken iki sayı
K1 Kaçan talep	$(\text{Aylık gelen talep} \times \text{cevapsız oranı}) \times \text{dönüşüm oranı} \times \text{ortalama işlem tutarı}$	Aylık talep adedi, ortalama işlem tutarı
K2 Tekrarlayan iş	$(\text{Haftalık tekrar sayısı} \times \text{işlem başına dakika} \times 4,3) \div 60 \times \text{saatlik personel maliyeti}$	Tekrar sayısı, süre
K3 Boş kapasite	$(\text{Aylık randevu} \times \text{gelmeme veya iptal oranı}) \times \text{ortalama işlem tutarı} \times \text{doldurulamayan pay}$	Randevu adedi, gelmeme oranı

Doldurulamayan pay: son anda boşalan saatin yerine müşteri konamama ihtimali. Randevulu işlerde 0,6 ile 0,8 arasında alın, gerekçesini müşteriye söyleyin.

Fiyatın çıkarılması

Kurduğunuz yapının aylık bedeli, önlediğiniz aylık kaybın yüzde 15 ile 25'i arasındadır. Bu bandın altı sizi ucuzlatır, üstü ispat yükünü kaldıramayacağınız yere taşır. Kurulum bedeli aylık bedelin 1 ile 2 katıdır. Sonuç bazlı çalışacaksanız pazarın referansı bellidir: Intercom'un yapay zeka destek ajanı çözülen vaka başına 0,99 dolar alır, çözemezse ücret almaz; Sierra aynı modeli kurumsal tarafta uygulamalar ve yıllık platform bedeli 150 bin dolardan başlar.

Fin.ai resmi fiyat sayfası, 2026. Sierra fiyatlaması: CloudTalk ve Fin.ai karşılaştırma analizleri, 2026.

14 sektör

1. Restoran ve kafe

Para birimi: Türkiye ortalaması, orta düzey kişi başı 900-1.000 TL, online sipariş ortalaması 350 TL. Rezervasyona gelmeme yüzde 5-7 bandında, yoğun hafta sonlarında yüzde 20'ye çıkıyor. - Numbeo Türkiye 2026; OpenTable platform verisi, ToBeOut 2026 aktarımı.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN Cevapsız rezervasyon mesajı	Akşam servisinde telefon ve WhatsApp'a bakacak kimse yok	WhatsApp Business istatistikleri, son 7 günün cevapsız çağrısı	Ayda 300 talep, yüzde 30 cevapsız, yarısı gelirdi: 45 masa $\times$ 1.800 TL = 81.000 TL
TEKRAR Aynı menü ve fiyat sorusu	Günde onlarca kez elle yazılan aynı cevap	Bir günün mesaj dökümü	Günde 25 mesaj $\times$ 2 dk $\times$ 30 gün = 25 saat
ÖLÇÜM Gelinmeyen rezervasyon	Hatırlatma yok, masa boş kalıyor	Rezervasyon defteri ile gerçekleşen adisyon farkı	Ayda 120 rezervasyon $\times$ yüzde 6 $\times$ 1.800 TL $\times$ 0,7 = 9.070 TL

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Akşam 19.00 ile 22.00 arasında telefona kim bakıyor? Geçen cumartesi kaç mesaja dönemediniz? Rezervasyon iptalini kaç saat önce öğreniyorsunuz?

Fiyat bandı: aylık 12.000-25.000 TL. **Girme:** günlük 30 masanın altındaki tek şubede kayıp fiyatı taşımaz.

2. Diş kliniği

Para birimi: Muayene 1.650 TL, kanal tedavisi 4.610-10.350 TL, implant 22.440 TL, zirkonyum kron 13.750 TL, sabit ortodonti 40.910-62.675 TL. Diş kliniklerinde randevuya gelmeme oranı yüzde 12 civarında. - Türk Dişhekimleri Birliği 2026 Rehber Tarife; gelmeme oranı: Etisia 2026 derlemesi.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN Mesai dışı gelen talep	18.00 sonrası ve pazar günü hiç kimse dönmüyor	Santral kaydı ve Instagram DM kutusu	Ayda 60 mesai dışı talep, yüzde 40 kaybediliyor, yüzde 20'si tedaviye dönerdi: 5 hasta $\times$ 8.000 TL = 40.000 TL
TEKRAR Fiyat ve taksit sorusu	Her hasta adayına aynı bilgi elle yazılıyor	Resepsiyonun bir günlük mesaj sayısı	Günde 20 mesaj $\times$ 3 dk $\times$ 26 gün = 26 saat
ÖLÇÜM Yarım kalan tedavi planı	İkinci ve üçüncü seansa çağrı yapılmıyor	Klinik yazılımında planı açık kalan hasta listesi	Aylık 15 açık plan $\times$ ortalama 6.500 TL kalan bakiye = 97.500 TL beklemede

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Bu ay kaç hastanın tedavi planı yarım kaldı? Randevu hatırlatmasını kim, ne zaman yapıyor? Akşam 20.00'de gelen mesaja ertesi gün kaçta dönülüyor?

Fiyat bandı: aylık 20.000-45.000 TL. **Girme:** tek hekimli ve randevu defteri zaten dolu olan klinikte acı yoktur.

3. Güzellik salonu ve medikal estetik

Para birimi: Kadın saç kesimi 2.271 TL, boya 3.531 TL, balayaj 9.900 TL, cilt bakımı 4.368-5.096 TL, kalıcı makyaj 10.184 TL. Bu alanda asıl sorun gelmeme değil iptaldir: salonda iptal yüzde 8, tırnak ve medikal estetikte yüzde 16. - Ankara Ticaret Odası 2026 Azami Fiyat Tarifesi; Zenoti 2025 Benchmark Raporu, 30.000+ işletme.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN DM'de kalan randevu talebi	Çalışan makastayken telefona bakamıyor	Instagram DM yanıt süresi	Ayda 150 talep, yüzde 25 cevapsız, yarısı gelirdi: 19 randevu $\times$ 2.400 TL = 45.600 TL
TEKRAR Boşalan saati doldurma çabası	İptal olan saat için tek tek arama	Takvimdeki iptal ve boş saat sayısı	Ayda 24 iptal, yüzde 60'ı doldurulamıyor: 14 $\times$ 2.400 TL = 33.600 TL
ÖLÇÜM Geri gelmeyen müşteri	Seans sonrası takip mesajı yok	Son 90 günde gelmemiş müşteri listesi	Sadakat programı olmayan salonda müşteri ilk ziyaretten sonra yüzde 45-55 oranında geri dönmüyor

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Bu hafta kaç randevu son anda iptal oldu ve kaçının yerine müşteri koyabildiniz? DM'e kim bakıyor? Üç ay gelmemiş müşteriyi kim arıyor?

Fiyat bandı: aylık 10.000-22.000 TL. **Girme:** tek kişilik salonda aylık randevu 100'ün altındaysa hesap tutmaz.

4. Emlak ofisi

Para birimi: Türkiye ortalama konut satış fiyatı 5.212.875 TL, İstanbul 7.158.580 TL. Yasal azami komisyon toplam yüzde 4, tek taraf yüzde 2. Ortalama bir satışta tek taraf komisyonu yaklaşık 104.000 TL, İstanbul'da 143.000 TL. - Taşınmaz Ticareti Hakkında Yönetmelik; konut fiyatları Temmuz 2026, Endeksa verisi.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN İlan aramasına geç dönüş	Danışman görüntülemeye, telefon açılmıyor	İlan sitesindeki mesajların yanıt süresi	Ayda 80 talep, yüzde 35 kayıp, yüzde 3 satışa döner: 0,84 satış $\times$ 104.000 TL = 87.000 TL
TEKRAR Portföy bilgisi yazma	Aynı daire için aynı metin defalarca yazılıyor	Bir danışmanın günlük mesaj sayısı	Günde 30 mesaj $\times$ 2,5 dk $\times$ 22 gün = 27 saat
ÖLÇÜM Takipsiz kalan görüşme	Görüntüleme sonrası dönüş yapılmıyor	Görüntüleme defteri ile teklif sayısı farkı	Ayda 20 görüntüleme, 12'sine dönüş yok. Sektörde ilk saatte dönenin nitelikli görüşme çıkarma şansı 7 kat.

İlk görüşmede sorulacak üç soru: İlan sitesindeki mesaja ortalama kaç saatte dönülüyor? Geçen ay kaç görüntüleme yapıldı, kaçına ikinci temas kuruldu? Danışman sayısı ve ayda kapanan işlem sayısı?

Fiyat bandı: aylık 15.000-35.000 TL. **Girme:** ayda 2 işlemin altında kapanış yapan ofiste dayanak yok.

5. Kurs merkezi ve dersane

Para birimi: LGS programı İstanbul'da 100.000-300.000 TL, TYT-AYT 130.000-600.000 TL; Ankara ve İzmir'de taban 55.000-70.000 TL. Kayıt sezonu dar, kaçan görüşmenin bedeli yüksek. - Ortadoğulular Eğitim Kurumları 2025-2026 dönem ücret derlemesi.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN Kayıt sezonunda cevapsız veli	Danışman görüşmedeyken gelen aramalar	Sezonun cevapsız çağrı raporu	Sezonda 200 talep, yüzde 30 kayıp, yüzde 10 kayda dönerdi: 6 kayıt × 120.000 TL = 720.000 TL
TEKRAR Aynı program ve taksit anlatımı	Her veliye sıfırdan anlatım	Görüşme kaydı süreleri	Günde 8 görüşme × 12 dk = 1,6 saat, sezonda 40 saat
ÖLÇÜM Deneme sınavına gelmeyen öğrenci	Hatırlatma tek kanaldan ve geç yapıyor	Kayıtlı öğrenci ile sınava giren farkı	Katılım kaybı doğrudan bırakma riskine dönüşüyor

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Kayıt sezonunda günde kaç veli arıyor? Kaçına aynı gün dönülebiliyor? Görüşen veliden kayda dönüşüm oranınız nedir?

Fiyat bandı: aylık 20.000-40.000 TL, sezonluk paket olarak da satılabilir. **Girme:** kayıt hacmi yılda 50'nin altındaysa tekrar eden gelir çıkmaz.

6. Fitness merkezi ve stüdyo

Para birimi: Zincir salonlarda üyelik 1.700-5.000 TL/ay bandında. Sektörün asıl deliği üyelik satışı değil, bırakma: yıllık üye kaybı yüzde 33-39, ilk 6 ayda yüzde 50 bırakıyor, ilk ay dört seanstan az gelen üyenin iptal olasılığı yüzde 80. - MACFit resmi fiyat listesi 2026; Health & Fitness Association 2025 Benchmarking Report; JeriCommerce 2026 analizi.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
ÖLÇÜM İlk ay devamsızlığı	Yeni üyenin gelmediği kimsenin dikkatini çekmiyor	Turnike giriş kaydı, üyelik başlangıç tarihi	Ayda 60 yeni üye, 20'si ilk ay dört seansın altında: 16 iptal × 2.500 TL × 6 ay = 240.000 TL gelecek gelir
KAÇAN Deneme dersi talebi	Formu dolduran adaya günler sonra dönülüyor	Form kaydı ile ilk temas arasındaki süre	İlk saatte dönmenin nitelikli görüşmeye etkisi 7 kat
TEKRAR Ders programı ve doluluk sorusu	Resepsiyon aynı bilgiyi gün boyu tekrarlıyor	Bir günlük mesaj dökümü	Günde 30 soru × 1,5 dk × 30 gün = 22 saat

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Bu ay kaç yeni üye başladı ve kaç ilk ay dört kereden az geldi? Bırakan üyeyi kim arıyor? Deneme dersi talebine ortalama kaç saatte dönülüyor?

Fiyat bandı: aylık 15.000-30.000 TL. **Girme:** üye sayısı 200'ün altındaysa iptal hacmi fiyatı taşımaz.

7. Veteriner kliniği

Para birimi: Genel muayene 1.750 TL, kontrol 850 TL, kuduz aşısı 1.450 TL, karma aşı 1.750 TL. Aşı ve parazit takibi takvime bağlı olduğu için hatırlatma doğrudan gelire dönüşür. Sektörde randevuya gelmeme oranı yüzde 10 civarında. - İstanbul Veteriner Hekimleri Odası 2026 alt sınır tarifesi; gelmeme oranı: Etisia 2026.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
ÖLÇÜM Kaçırılan aşı takvimi	Bir yıl sonrasının hatırlatması kimseye emanet değil	Hasta kartındaki son aşı tarihi	400 kayıtlı hastanın yüzde 30'u zamanında gelmiyor: $120 \times 1.600 \text{ TL} = 192.000 \text{ TL}$ yıllık
KAÇAN Gece ve tatil aramaları	Acil vaka rakip kliniğe gidiyor	Mesai dışı cevapsız çağrı sayısı	Ayda 40 çağrı, yüzde 50 kayıp: $20 \times 2.500 \text{ TL} = 50.000 \text{ TL}$
TEKRAR Aynı bakım tarifi	Ameliyat sonrası talimat her sahabe elle anlatılıyor	Günlük tekrar sayısı	Günde 10 anlatım $\times 4 \text{ dk} \times 26 \text{ gün} = 17 \text{ saat}$

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Kaç kayıtlı hastanız var ve aşı zamanı gelenleri kim arıyor? Gece gelen aramalar ne oluyor? Ameliyat sonrası takip aramasını kim yapıyor?

Fiyat bandı: aylık 10.000-20.000 TL. **Girme:** kayıtlı hasta sayısı 200'ün altındaki klinikte hatırlatma hacmi düşük kalır.

8. Otel ve konaklama

Para birimi: Türkiye geneli ortalama gecelik oda geliri 118 dolar, İstanbul 134 dolar, Bodrum 590 dolar. İptal oranı kanala göre sert ayrışıyor: Booking üzerinden gelen rezervasyonların yüzde 42-50'si iptal ediliyor, otelin kendi sitesinden gelenlerde bu oran yüzde 18. Ön ödemeli rezervasyonda iptal ortalamanın yüzde 50 altında. - OteliniSat 2025 Türkiye Turizm Raporu; D-EDGE Hotel Distribution Report 2024.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
ÖLÇÜM Kanal bağımlılığı ve komisyon	Rezervasyonların çoğu acente üzerinden geliyor	Kanal kırılımı raporu	Kendi sitesine kaydırılan her 100 gecede iptal farkı yüzde 24 puan
KAÇAN Grup ve kurumsal talep	E-postaya geç dönülüyor	Talep kutusundaki ilk yanıt süresi	Ayda 25 talep, yüzde 40 kayıp: $10 \times 4 \text{ gece} \times 3.500 \text{ TL} = 140.000 \text{ TL}$
TEKRAR Aynı bilgi talebi	Ulaşım, saat, olanak soruları elle yanıtlanıyor	Resepsiyonun mesaj hacmi	Günde 35 mesaj $\times 2 \text{ dk} \times 30 \text{ gün} = 35 \text{ saat}$

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Rezervasyonların yüzde kaç acenteden geliyor? Kendi sitenizden gelenin iptal oranı nedir? Grup talebine kaç saatte dönülüyor?

Fiyat bandı: aylık 20.000-50.000 TL. **Girme:** 30 odanın altında ve sezonluk çalışan tesiste yıllık hesap tutmaz.

9. Oto servis, kaporta ve boya

Para birimi: Parça başı boya 6.000-9.000 TL, komple boya 80.000-100.000 TL, periyodik bakım 5.181-44.700 TL bandında. İş emri başına tutar yüksek olduğu için tek kaçan talep bile hesabı döndürür. - Ankara Ticaret Odası 2025 Oto Tamir İşçilik Tarifesi; Hyundai Türkiye periyodik bakım tablosu, Ocak 2025; İstanbul kaporta boya piyasa listesi 2026.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN Fiyat sorulup kaybolan müşteri	Fotoğraf gönderiliyor, dönüş geç geliyor	WhatsApp'ta yanıtız kalan fotoğraflı mesajlar	Ayda 90 talep, yüzde 35 kayıp, yüzde 30 işe döner: 9 iş $\times$ 7.500 TL = 67.500 TL
TEKRAR Aracın durumunu sorma trafiği	Müşteri günde birkaç kez arıyor	Gelen arama kaydı	Günde 15 arama $\times$ 3 dk $\times$ 26 gün = 19 saat
ÖLÇÜM Periyodik bakım hatırlatması yok	Bir sonraki bakım için kimse aranmıyor	Servis kaydındaki son işlem tarihi ve kilometre	600 kayıtlı araç, yüzde 25'i geri gelmiyor: 150 $\times$ 9.000 TL = 1.350.000 TL yıllık

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Gün içinde kaç fiyat sorusu geliyor, kaçına aynı gün dönülüyor? Kayıtlı araç sayınız kaç? Bakım zamanı gelen müşteriyi kim arıyor?

Fiyat bandı: aylık 12.000-28.000 TL. **Girme:** günde 3 iş emrinin altındaki serviste hacim yetmez.

10. Mali müşavir ve hukuk bürosu

Para birimi: Mali müşavirlikte bilanço esaslı aylık 7.985 TL, işletme defteri 3.593 TL, serbest meslek 4.492 TL. Hukukta büroda sözlü danışma 4.000 TL, yazılı danışma 7.000 TL, kurumsal aylık danışmanlık 33.000 TL, ihtarname 6.000 TL. - TÜRMOB SMMM Asgari Ücret Tarifesi 2026, Resmi Gazete 17.12.2025; Avukatlık Asgari Ücret Tarifesi 2026.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
TEKRAR Belge toplama kovalamacası	Her ay aynı müşteriden aynı evrak isteniyor	Beyanname dönemindeki hatırlatma mesajı sayısı	60 müşteri $\times$ 4 hatırlatma $\times$ 3 dk = 12 saat, her ay
TEKRAR Aynı mevzuat sorusu	Rutin soru ortağın zamanını yiyor	Gelen soruların konu dağılımı	Haftada 20 soru $\times$ 6 dk = 2 saat, saatlik danışma bedeli 4.000 TL
KAÇAN Yeni müşteri talebi	Telefona bakan yok, adaylar bekliyor	Ofis telefonunun cevapsız çağrı raporu	Ayda 12 talep, yüzde 40 kayıp: 5 $\times$ 7.985 TL $\times$ 12 ay = 479.000 TL yıllık sözleşme değeri

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Beyanname döneminde evrak kovalamak kaç saatinizi alıyor? Aynı soruyu ayda kaç kez cevaplıyorsunuz? Yeni müşteri talebine kim, ne zaman dönüyor?

Fiyat bandı: aylık 15.000-35.000 TL. **Girme:** 20 müşterinin altındaki büroda tekrar hacmi düşük kalır.

11. Dijital pazarlama ajansı

Para birimi: Türkiye'de aylık hizmet bedeli mikro işletmede 8.000-14.000 TL, orta ölçekli markada 28.000-55.000 TL, kurumsalda 55.000-120.000 TL. Reklam yönetim komisyonu bütçenin yüzde 12-18'i. Ajansın kendi iç maliyeti 78.500-133.000 TL bandında. - Kreativty 2026 sosyal medya yönetimi fiyat rehberi; The Starr Conspiracy B2B Agency Pricing Benchmarks 2025.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
TEKRAR Aylık raporlama	Her müşteri için elle rapor hazırlanıyor	Rapor başına harcanan süre	15 müşteri × 90 dk = 22 saat, her ay
TEKRAR İçerik onay turları	Onay için ileri geri mesajlaşma	Onaya kadar geçen gün sayısı	Teslim gecikmesi doğrudan sözleşme yenilemeyi düşürüyor
ÖLÇÜM Kapasite tavanı	Yeni müşteri alınamıyor, ekip dolu	Çalışan başına düşen müşteri sayısı	Otonom yapılarla açılan kapasite: müşteri başına 22 saatlik iş 3 saate iner

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Kaç müşteriye hizmet veriyorsunuz ve raporlama kaç saatinizi alıyor? Yeni müşteri alamamanızın sebebi talep mi kapasite mi? İçerik onayı ortalama kaç günde kapanıyor?

Fiyat bandı: aylık 20.000-45.000 TL veya açılan kapasitenin gelirinden pay. **Girme:** 5 müşterinin altındaki ajansta ölçek yok.

12. E-ticaret

Para birimi: Türkiye'de ortalama sepet tutarı kategoriye göre 889 TL ile 10.513 TL arasında. Giyimde iade oranı yüzde 21,6, elektronikte yüzde 12. Küresel sepet terk oranı yüzde 70,22. - T.C. Ticaret Bakanlığı, Türkiye'de E-Ticaretin Görünümü Raporu 2025; Baymard Institute, 2025.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
ÖLÇÜM Terk edilen sepet	Sepete atıp çıkan ziyaretçiye dönüşmüyor	Panelde sepet terk oranı	Ayda 2.000 sepet, yüzde 70 terk, kurtarma akışı yüzde 3,33 dönüşüm: 46 sipariş × 1.200 TL = 55.200 TL
KAÇAN Satış öncesi soru	Beden, stok, kargo sorusu geç yanıtlanıyor	Mesaj kutusunun ilk yanıt süresi	Günde 40 soru, yüzde 25 geç: 10 × 30 gün × yüzde 20 dönüşüm × 1.200 TL = 72.000 TL
TEKRAR Kargo nerede sorusu	Aynı soruya gün boyu elle cevap	Destek kutusundaki konu dağılımı	Günde 50 soru × 1,5 dk × 30 gün = 37 saat

Referans etki: otomatik akışlar toplam gönderimin yüzde 2'sini oluşturup gelirin yüzde 30'unu üretiyor; gönderim başına gelir kampanyaya göre 16 kat yüksek. - Omnisend 2026 E-ticaret Pazarlama Raporu, 27 milyar e-posta analizi.

Fiyat bandı: aylık 15.000-40.000 TL veya kurtarılan cirodan pay. **Girme:** aylık 300 siparişin altında akış hacmi düşük kalır.

13. Sağlık turizmi

Para birimi: 2025'te Türkiye 1.398.580 hastadan 3,02 milyar dolar gelir elde etti, hasta başına ortalama 2.161 dolar. Saç ekimi paketleri 3.200-8.700 euro, diş implantı 600-1.200 euro bandında. Bu sektörde tek kaçan hasta dört haneli dolar demektir. - USHAŞ 2025 verileri; Dr. Terziler Klinik 2026 fiyat listesi; Celyxmed 2026 karşılaştırma.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
KAÇAN Saat farkı yüzünden kaybedilen hasta	Avrupa saatiyle gelen mesaja gece dönülmüyor	Mesaj zaman damgaları	Ayda 200 talep, yüzde 30 kayıp, yüzde 8 dönüşüm: 5 hasta × 3.500 euro = 17.500 euro
TEKRAR Aynı fotoğraf değerlendirmesi	Her adaya elle ön değerlendirme yazılıyor	Danışmanın günlük mesaj sayısı	Günde 25 değerlendirme × 5 dk × 26 gün = 54 saat
ÖLÇÜM Karara varmadan kaybolan aday	Fiyat verildikten sonra takip yok	Teklif verilen ve kapanan hasta farkı	Takipsiz teklif hacmi doğrudan kayıp gelir

İlk görüşmede sorulacak üç soru: Gece gelen mesajlara kaçta dönülüyor? Ayda kaç kişiye fiyat verdiniz, kaç geldi? Hangi dilde kaç danışmanınız var?

Fiyat bandı: aylık 30.000-80.000 TL veya gelen hasta başına pay. **Girme:** aylık 50 talebin altındaki klinikte hacim yok.

14. Kurumsal destek hattı olan her işletme

Para birimi: Sektör ortalaması ilk temasta çözüm oranı yüzde 69, dağılım yüzde 43 ile 88 arası. Sorunu ilk temasta çözülmeyen müşterilerin yaklaşık yüzde 40'ı yıl içinde rakibe geçiyor. Orta ölçekli bir destek biriminde bu oranın her yüzde 1 iyileşmesi yıllık 286 bin dolar tasarrufa denk geliyor. - SQM Group, 500+ çağrı merkezi, 2024 verisi, Şubat 2025 yayını.

Problem	Nerede oluşur	Ölçüm noktası	Aylık kayıp örneği
ÖLÇÜM İlk temasta çözülmemeyen vaka	Müşteri aynı konuyu üç kişiye anlatıyor	Vaka başına temas sayısı	Her yüzde 1 iyileşme, aynı oranda operasyon maliyeti düşüşü
TEKRAR Aynı 20 sorunun tekrarı	Destek hacminin çoğu tekrar eden konu	Konu bazlı vaka dağılımı	Vakaların yüzde 60'ı 20 başlıkta toplanır, hepsi yazılabilir
KAÇAN Bekleme sırasında kapanan çağrı	Bekletilen müşterinin yüzde 75'i telefonu kapatıyor	Terk edilen çağrı oranı	Terk edilen her çağrı, çözülmemiş vaka ve kayıp müşteri riski

Fiyat bandı: vaka başına sonuç bedeli veya aylık 25.000-60.000 TL. **Girme:** aylık 500 vakanın altında ölçüm gürültülü kalır.

Aynı atlas, dört farklı kullanım

Bu dosyadaki veriler tek bir yol için değil. Hangi girişten geldiyseniz, atlası o gözle okuyun.

Giriş	Atlasta neye bakarsınız	Neyi atlarsınız
İşletme sahibi	Kendi sektörünüzün kartı ve o karttaki üç problem	Fiyat bandı ve kırmızı bayraklar sizi ilgilendirmez
Şirket doktoru	Tüm kartlar, özellikle fiyat bandı ve kırmızı bayraklar	Hiçbiri, tamamı sizin için
Maaşlı profesyonel	Kendi şirketinizin sektörü ve tekrarlayan iş satırları	Kaçan talep hesabı genelde sizin yetkinizde değildir
Sıfırdan başlayan	Girme uyarıları ve düşük kurulum süresi olan sektörler	Büyük ölçekli kurumsal örnekler ilk iş için uygun değil

Bu atlası nasıl kullanacaksınız

1. Sektörü seçin. Seçim gerekçesini Seçim Tablosu'yla puanlayın, sezgiyle değil.
2. Sektör kartındaki üç soruyu ilk görüşmede sorun. Cevapları not alın, yorum yapmayın.
3. Aldığınız iki sayıyı ilgili formüle koyun. Sonucu işletme sahibine kendi rakamlarıyla gösterin.
4. Fiyatı kaybın yüzde 15-25 bandından söyleyin. Bandın altına inmeyin.
5. Kırmızı bayrağı gördüğünüzde kararı siz verin. Bayrak yasak değil uyarıdır: girerseniz nelere hazırlıklı olmanız gerektiğini bilerek girin.

Burada olmayan sektörde çalışıyorsanız

Atlasta 14 sektör var, Türkiye'de binlerce iş kolu. Sizininki yoksa yöntem aynı şekilde işler: sektörün para birimini bulun (ortalama işlem tutarı), talebin nereden geldiğini bulun (kanal), kaçan oranını ölçün. Bu üç sayı elinizdeyse kendi kartınızı bir saatte yazarsınız. En yakın kartı örnek alın; restoran kartı randevusuz hızlı hizmet işlerinin çoğuna, diş kliniği kartı randevulu tüm sağlık işlerine, emlak kartı yüksek tutarlı ve uzun karar süreçli işlere uyar.

Kullanmamanız gereken üç rakam

Piyasada çok dolaşan ama izlenebilir kaynağı olmayan üç iddia var: "WhatsApp mesajlarının yüzde 98'i okunur", "ilk cevap verene yüzde 78 oranında satın alınır", "cevapsız çağrının yüzde 85'i geri dönmez". Üçünün de birincil kaynağı yok. Bunları kullanan biri, karşısında sektörü bilen bir muhatap çıktığında tüm sunumunu kaybeder. Ölçülmüş gerçek rakamlar: WhatsApp toplu mesaj okunma oranı yüzde 63-66 (SendPulse, 1.166 işletme hesabı, 2026), telefonla ulaşılamama yüzde 39-44 (Invoca, 60 milyon görüşme).