



**Ali Demir, Kar Tanesi Butik Otel,**  
**YER- Uludağ, Bursa, Türkiye**

## Rakamlarla İşletme

Kuruluş Yılı: 2017 İşletme  
Sayısı: 1 Çalışan Sayısı: 18  
(yoğun sezon) Maliyetlerin  
%si Olarak Enerji: %18 Yerel  
Tedarik Oranı: %55  
Dijital Kanal Varlığı: Web sitesi, Instagram,  
Çevrimiçi seyahat platformları

## Ali'nin Hikayesi

Ali, Uludağ bölgesinde büyüdü ve daha sonra işletme eğitimi aldı. Farklı otellerde deneyim kazandıktan sonra, 2017 yılında ailesiyle birlikte Kar Tanesi Boutique Hotel'i kurdu. Amacı, Uludağ'ın turizm potansiyelinden yıl boyunca yararlanabilecek küçük ölçekli bir işletme geliştirmekti.

Zaman içinde enerji ve su tüketiminin izlenmesi, gıda atıklarının takibi ve yerel tedarik gibi uygulamalarla sürdürülebilirlik otelin günlük işleyişinin bir parçası hâline geldi. Pandemi ve değişen mevsim koşulları da Ali'yi dijital kanalları güçlendirmeye ve kış sezonunun dışında trekking ve doğa temelli paketler geliştirmeye yöneltti.

Bugün Ali, oteli daha dayanıklı, yerel paydaşlarla daha bağlantılı ve daha sürdürülebilir hâle getirmeye odaklanıyor.

## Sürdürülebilirlik günlük operasyonlarda nasıl görünür hale geliyor?

Kar Tanesi Butik Otel, günlük faaliyetlerinde su ve enerji kullanımını izlemek için basit ama disiplinli prosedürler de uygulamaktadır. Oda temizlik ekibi, oda başına kullanılan su ve temizlik kimyasalları miktarını sınırlayan standartlara göre çalışır; aydınlatma için düşük enerjili ampuller ve hareket sensörleri kullanılır ve belirli saatlerde ortak alanlarda sıcaklık kontrolü uygulanır.

## Gıda israfı nasıl izleniyor veya azaltılıyor?

Oteldeki gıda israfı, baş aşçı tarafından "hazırlanan–servis edilen–artık" tablosu kullanılarak günlük olarak izlenmektedir. Porsiyonlar önceden planlandığı için açık büfe yerine tabak servisi sıklıkla tercih edilmektedir; ancak, gıda güvenliği yönetmeliklerine uygun olması koşuluyla, uygun artan yemekler mutfakta yaratıcı bir şekilde yeniden değerlendirilmektedir.

## Yerel tedarikçilerin rolü nedir?

Peynir, zeytin, reçel, bal ve bazı meyve ve sebzeler, Bursa ilindeki küçük üreticilerden doğrudan satın alınmaktadır.İBu, tedarik zincirindeki karbon ayak izini azaltır ve yerel çiftçilerin gelirin destek olur.

## Toplum katılımı sürdürülebilirliği nasıl destekliyor?

Otel, menüsünde yerel ürünleri sunmakla kalmıyor, aynı zamanda yerel kooperatifler ve üreticilerle işbirliği içinde “yerel ürün günleri” ve küçük tadım etkinlikleri düzenleyerek konukların köylülerle doğrudan tanışmasını sağlıyor ve turizm gelirlerinin adil bir şekilde dağıtılmasını garanti ediyor. Ara sıra düzenlenen çevre temizliği yürüyüşleri ve doğa eğitimi oturumları gibi etkinlikler aracılığıyla, Uludağ’ın doğal çevresini koruma konusunda ortak bir farkındalığın oluşmasına katkıda bulunuyor.

## İşletmeyi büyütmek ve tanıtmak için dijital araçlar nasıl kullanılıyor?

Otel, yoğun sezonda doluluk oranının önemli bir kısmını çevrimiçi seyahat platformları aracılığıyla elde etmektedir; Instagram, özellikle genç misafirler için ana tanıtım kanalı haline gelmiştir. Kış sporlarını, şömine başı deneyimlerini ve yerel kahvaltı sofralarını öne çıkaran görsel paylaşımlar, marka bilinirliğini ve doğrudan rezervasyonları artırmaktadır.

## Sosyal medya müşteri ilişkilerini nasıl şekillendiriyor? Yapay zeka kullanımı var mı?

Ali henüz kapsamlı bir yapay zeka sistemi kullanmamaktadır; ancak, basit metin analiz araçlarını kullanarak çevrimiçi seyahat platformlarındaki yorumları özetler ve en sık tekrarlanan konuları ve şikayetleri belirler. Ayrıca, sosyal medya içerikleri hazırlarken görsel ve metin fikirleri üretmek için yapay zeka tabanlı yardımcı araçlardan yararlanır.

## Enerji veya atık takibini destekleyen araçlar nelerdir?

Konuk yorumları, özellikle Instagram ve çevrimiçi rezervasyon platformlarındaki yorumlar, hizmet standartlarını iyileştirmek ve yeni ürünler tasarlamak için aktif olarak kullanılmaktadır. Örneğin, konuklar kahvaltıda daha fazla vejetaryen/vegan seçenek talep ettikçe, menüye yerel sebzelerle hazırlanan yeni tarifler eklenmiştir.

## Önemli kararların alınmasında hangi veriler kullanılmaktadır? Dijitalleşmenin getirdiği zorluklar nelerdir?

Yönetim, aylık doluluk oranları, ortalama oda fiyatı, konuk başına enerji tüketimi ve gıda maliyetleri gibi göstergeleri takip eder. Bu veriler, menü planını, satın alma miktarlarını ve enerji kullanım rutinlerini mevsime ve doluluk durumuna göre yeniden düzenlemek için kullanılır.

## Kırsal bir ortamda dijitalleşmenin zorlukları nelerdir?

Kış aylarında yaşanan internet ve elektrik kesintileri, planlanan dijital süreçleri aksatabilir; bu nedenle otel, rezervasyon ve faturalandırma gibi kritik süreçler için her zaman bir “çevrimdışı yedekleme planına” sahip olmalıdır. Ayrıca, bölgenin coğrafi koşulları teknik servis ve altyapı desteğinde gecikmelere neden olabilir.



Buradan ayrılırken geride bıraktıklarımızın sadece güzel anılar olsun istiyoruz.



## Liderlik tarzınızı nasıl tanımlarsınız ? Günlük kararlarınızı hangi ilkeler yönlendiriyor?

Ali kendini “katılımcı ve açık fikirli” bir lider olarak tanımlıyor. Bölüm başkanlarıyla düzenli geri bildirim toplantıları yapıyor; çalışanları yeni fikirler üretmeye teşvik ediyor ve küçük çaplı denemelere izin veriyor. Özellikle sürdürülebilirlik uygulamalarında, “en iyi fikri kim ortaya koyarsa onu deneyelim” yaklaşımını benimsiyor.

## Zorluklar karşısında nasıl liderlik ettiğinize dair bir örnek verebilir misiniz?

Pandemi sırasında Ali, oteli tamamen kapatmak yerine kısa vadeli çalışma modelleriyle çalışanlarını elinde tutmaya çalıştı ve bu süreci dijital kanalları güçlendirmek, web sitesini yenilemek ve hijyen protokollerini güncellemek için kullandı. Son yıllarda, kar yağışının gecikmesi nedeniyle, kış sezonu dışındaki dönemler için trekking ve doğa temalı paketler geliştirerek otelin gelirini yıl boyunca yaymaya odaklandı.

## Markalaşma ve hikaye anlatımında amaç nasıl yer alıyor? Değerleriniz iş kimliğinizde nasıl ortaya çıkıyor?

Kar Tanesi, kendisini “Uludağ’da doğayla uyumlu, otantik ve yerel bir dokunuşa sahip bir dağ evi deneyimi” olarak konumlandırıyor. Web sitesi ve sosyal medya içerikleri sadece odaları değil, aynı zamanda orman yürüyüşlerini, yerel üreticilerle buluşmaları ve sürdürülebilir yaşam ipuçlarını da anlatıyor. Bu sayede konuklarına sadece konaklama değil, anlamlı bir deneyim vaadi sunuyor.

## Sürdürülebilirlik müşterilere nasıl aktarılıyor?

Check-in sırasında resepsiyon, konuklara otelin sürdürülebilirlik uygulamaları hakkında kısa bir bilgi verir. Sosyal medya paylaşımlarında zaman zaman perde arkasına geçilerek mutfakın atıkları nasıl azalttığı veya yerel üreticilerle nasıl çalıştığına dair hikayeler anlatılır.

## Markanız veya sürdürülebilirlik hedefleriniz açısından bundan sonra ne yapacaksınız? Yeni hizmetler, sertifikalar veya ortaklıklar için planlarınız var mı?

Ali’nin öncelikli planları arasında, çatıya güneş panelleri yatırımı yapmak ve özellikle kış sporları dışındaki mevsimler için “yeşil deneyim paketleri” (örneğin, doğa yürüyüşü + yerel kahvaltı + atölye çalışması) geliştirmek yer alıyor.

## Yeni nesil müşterilerle nasıl bağlantı kuracaksınız?→ Hangi kanallar, mesajlar veya deneyimler en önemli olacak?

Otel, Instagram Reels ve kısa video formatları aracılığıyla “hikaye anlatımına” odaklanıyor: karlı manzaralı odalar, şömine başında içilen sıcak içecekler, doğa yürüyüşü rotaları ve yerel kahvaltı anları, kısa ve samimi videolarla paylaşılıyor. Mesajın odak noktası, “sadece konaklama değil, daha sürdürülebilir bir Uludağ deneyimi” sunmak.

