

# Pazarlama Otomasyonunun Gücünü Keşfedin



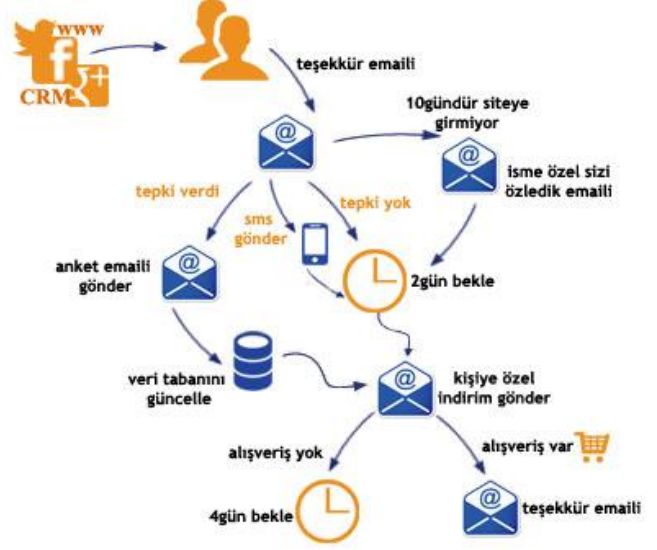
## Pazarlama Otomasyonu Kullanırken Unutulmaması Gereken 5 Nokta

Reklamın satmadığı dönemlere çoktan girdik.

Markalar satış ve pazarlama stratejilerini bunun üzerine kurduğu, odaklandığı devirler de sona erdi. Bu yapılanmada klasik pazarlama stratejilerinde büyük değişikliklere neden oldu.

Artık pazarlamacılar potansiyel ve mevcut müşterileriyle daha kişisel bir biçimde bağlantı kuruyorlar.

Markalar tüketicinin dikkatini çekmek, onu müşteri haline getirmek için kıyasıya yarış ederken tüketici tarafında korkunç bir bilgi ve reklam bombardımanına neden oluyor. Bu sebepten de tüketici eskiye oranla bu bombardımanlara çok daha fazla kapalı. Gün içerisinde TV, dergi, gazete, billboard, sms, mail gibi reklam araçları sayesinde nefes aldığımız havadan daha çok reklama maruz kalıyoruz. Tüketici de bilinçli ya da bilinçsiz artık kendini bu reaksiyona kapatıyor. Bu sebeple şirketler de artık taktiklerini değiştirmek zorunda kalıyor.



E-mail ile pazarlama, uzun zamandır düşük maliyetli ve kolay uygulanabilir bir çözüm olarak görülmüştür ancak alıcılar giderek daha fazla içerik bombardımanına tutulurken bu çözüm iki kenarı keskin bir bıçağa dönüşmüştür.

Buna karşın alıcılar da neyi almayı tercih ettikleri ve hangi kanaldan almak istedikleri konusunda daha seçici hale gelmektedir. Şimdi pazarlamacılar açısından kritik önem kazanan mesele, içeriği bütün bu filtrelerden geçecek kadar alıcıyla ilgili hale getirmek olmuştur ve bu sorunun yanıtı da **interaktif pazarlama otomasyonudur**.

### INTERAKTIF PAZARLAMA OTOMASYONU NEDİR ?

Interaktif Pazarlama otomasyonu, markanın;

- KİME
- NE ZAMAN
- HANGİ KANALDAN
- HANGİ ÜRÜN/HİZMET sunacağını belirleyen hareket, aktivite ve stratejilerdir.



Doğru kişiye, doğru zamanda, doğru mecrada, doğru ürünü sunduğunuzda giderleriniz azalırken, karlılığınız artacaktır.

Pazarlama otomasyonları ile harcadığınız her **1TL** , **50TL** olarak geri dönebilmektedir.

Aşağıda Pazarlama Otomasyonu Kullanırken Unutulmaması Gereken 5 Noktadan bahsedeceğiz.

## 1. Müşteri Odaklı Pazarlama

Pazarlama otomasyonu sayesinde müşteriniz hakkında birçok bilgiye sahip olabilirsiniz ama bu bilgileri kullanmazsanız doğru pazarlama yapmış sayılmazsınız. Pazarlama otomasyonunuz, müşterinin profil kartı bilgilerini, websitenize üye olduğunda verdiği bilgiler, websitenizden yaptığı alışverişler, hangi ürünleri görüntülediği, ne kadarlık alışveriş yaptığı, en son websitenizi ne zaman ziyaret ettiği v.b bilgilerle otomatik olarak dolduracaktır. Bundan sonra tek yapmanız gereken doğru içeriği doğru kişiye ulaştırmak!



## 2. Müşteri Kendini Pazarlama Baskısı Altında Hissetmeli

Müşterileriniz websitenize ilk üye oldukları anda veya veritabanınıza çeşitli yollarla ilk girdikleri anda kendilerini hemen satın almaya hazır hissetmeye bilirler. Aslında yaptıkları ilk başta markanızı tanıma isteğidir. Bu nedenle ilk öncelikle onlara ardi ardına satış amaçlı emailer göndermek yerine markanızı tanıttın ve aynı zamanda onları tanıyın!



Hoşgeldiniz email serisi bunun için uygun yol olacaktır. Kullanıcılara veritabanınıza girdiklerini ve sizden ne sıklıkta, ne tür pazarlama mesajları alacağınıza haber verin. Onlara email alabilecekleri konu başlıklarını sunun ve ilgilenmedikleri konulardan çıkmalarını sağlayın.

## 3. Markanızın Bilinirliğini Arttırın

Sadık müşteri kitlesine ulaşmak için sadece ürün yada servislerinizin pazarlaması değil firmanızın pazarlamasını da yapmanız önemli. Firmanızın ayırt edici özellikleri, sahip olduğu başarı ve sektördeki rakiplerinden farkı gibi detayları ara ara müşterileriniz ile paylaşın.



## 4. Müşterilerinizin Zamanını Almayın, İlgilerini Çekin

Kampanyalarınızı farklı bireylere gönderdiğinizi unutmayın. Zira her birey farklı zevklere, özelliklere ve niteliklere sahip olabilir. Bu yüzden doğru kişiye, doğru zamanda, doğru mecrada, doğru ürünü sunun.



Pazarlama Otomasyonu müşterilerin geçmiş satınalma tarihçesine sahip olmak ve hedefleyebilmek, müşterilerin gelecekteki davranışlarını tahmin edebilme açısından önemli bir rekabet avantaj sağlar.

## Olası Müşterilerin ilgisini çekin

Olası müşterilerinizi ilgilerini çekmeyen genel reklamlarla bombalamak yerine onların ilgisini çekecek yararlı bilgi ve ürünler gönderin daha sonra tepkilerine göre bir sonraki kampanyanızı optimize edin.

*Bir elektronik ürün satan marka kullanıcılarının emaillerini hangi akıllı telefondan açtıklarını görüp bir sonra email gönderimlerine kullanıcılarına kullandıklarını akıllı telefon markasının aksesuarları hakkında bilgi gönderdi*

## Müşterilerinizi elde tutun

Kullanıcılarınızın ilgisini çekip ilk satıl yaptıktan sonra onları demografik ve ilgi alanlarını belirleyin. Müşteri davranışı, satınalma tarihçesi, yaşam boyu (lifecycle) değeri ve müşterileri doğru hedefleyerek satışlarınızı artırın.

*Kozmetik ürünleri satan bir marka Son 6 ay içerisinde 100TL üzerinde alışveriş yapmış İstanbul'da outran bayanlara indirim kuponu gönderdi ve %48 açılma oranı yakaladı*

## 5. Pazarlama Otomasyonunuz Diğer Pazarlama Kanallarıyla İçeçe



Pazarlama otomasyonu bütün stratejinizi oluşturmamalı, her şeyi otomatik hale getirmemeli, otomasyonun size sunduğu bütün olanakları doğru strateji ile kullanmalısınız. Bütün pazarlama stratejinizi otomasyonda kurgulamamalısınız fakat bütün pazarlama kanallarınız otomasyonunuz ile entegre olmalı.

Günümüzde en büyük pazarlama strateji hatalarından biri her pazarlama kanalının ayrı veritabanlarında tutulup birbirlerinden bağımsız olması.

*Mobil kullanıcı veritabanında bulunan bir kişi aynı anda email marketing veritabanında da bulunduğundan bir kullanıcı iki farklı kullanıcı gibi görünüyor. Böylece pazarlama maliyetleri artıyor ve CRM alt yapıları yetersiz kaldığından bireysel pazarlama tam anlamıyla yapılamıyor.*

*Pazarlama otomasyonunuzu bütün verilerin toplandığı merkezi bir pazarlama veritabanı kullanarak yapmalısınız.*

## Sonuç:

Interaktif Pazarlama Otomasyonları ile yapabileceğiniz bireysel pazarlama projeleri sonsuz.

Bu noktada en önemli faktör ise doğru stratejiyi uygulamak. Pazarlama otomasyonu sahip olduğu ileri raporlama ile çok gelişmiş analiz yapmanıza olanak sağlar. Pazarlama otomasyonunu yukarıdaki maddeler doğrultusunda kullanır, raporlarınızı analiz eder ve stratejilerinizde bu doğrultuda belirlerseniz başarıya ulaşmanız kaçınılmaz olur.

Revotas, strateji, uygulama ve raporlama çözümleriyle, markanızın doğru kişiye, doğru zamanda, doğru mecrada ve doğru ürün/servisleri sunabilmesi için yanınızda.

## Revotas Interaktif Pazarlama Otomasyon uzmanlarından bugün yardım isteyin.

**E:** [info@revotas.com](mailto:info@revotas.com) **T:** 212 809 07 42 **W:** [www.revotas.com](http://www.revotas.com)