

Dijital pazarlama ile büyüme için performans ve potansiyeli optimize edin!

Nitelik ve etki seviyesi yüksek hedefler oluşturmak. Potansiyel ve bağlılık seviyesi yüksek kitle edinmek. Hedef ve kitleye erişmek için yüksek kaliteli içerikler yaratılması gerekir. Tüm süreçler sonunda, öngörülen dönüşümler sağlamak.

Dijital Pazarlama & Performans

Hedef odaklı dijital pazarlama çalışmaları sayesinde; seviyeli büyüme, nitelikli kitle, itibar , bilinirlik, kaliteli dönüşüm ve etkileşimler sağlamak mümkün

dijidijital.com

Dijital Pazarlama – SEO – SEM - Sosyal Medya – Reklam – Analiz – İçerik Yönetimi – Dijital Marka, İşletme Yönetimi – Elektronik Ticaret

dijidijital.com >

Günümüzde **dijital pazarlama** en gelişmiş ve çok kullanılan pazarlama şeklidir

in

tw

ig

f



Dijital Pazarlama
ve Performans
Odaklı Yönetim –
Optimizasyon

Neden Dijital Pazarlama

*Belli başlı stratejiler
doğrultusunda; hedef
tanımlama,
tanımlanan hedef için
kitle oluşturma ve bu
hedef kitle ve
stratejiye erişmek için
en iyi pazarlama
planı oluşturmayı
sağlar.*

Merhaba...

Dijidijital.com (Dijital Pazarlama Uzmanı)

Çevrimiçi pazarlama, sosyal medya yönetimi, **SEO** (Arama motoru optimizasyonu), **SEM** (Arama motoru pazarlaması), **SEA** (Arama motoru reklamcılığı) - dijital reklamcılık (Google ADS, Meta), içerik yönetimi (CMS, Wordpress), **SMM-SMO** (Sosyal medya pazarlaması – optimizasyonu), E-Ticaret (Elektronik Ticaret), dijital marka - işletme – PR yönetimi, dijital analiz ve raporlama, etkileyici pazarlama (Influencer marketing) ve benzeri sonuç odaklı etki - etkileşim sağlanan dijital pazarlama iş süreçleri ile dönüşümler elde etmenizi sağlıyoruz

İşletmeler, markalar, girişimler için dijital pazarlamanın vazgeçilmez katkısı , günden güne fazlasıyla hissedilmektedir. Bundan dolayı dijital performansa dayalı yatırımlara artık öncelik gösterilmektedir. Bu yatırımların etki ve dönüşümleri ilgili girişimlere fazlasıyla yarar sağlamaktadır. Nitekim, bu yatırımlar ve girişimler sonunda ciddi büyüme grafikleri de elde edilmektedir.

Dijital pazarlama girişimleri ve yatırımlarıyla birlikte, bu iş sürecinde rekabet kaçınılmaz hale geldi. Özellikle sektörel ve girişim bazlı rekabetler sonucu dijital pazarlama modelleri çeşitlilik kazanmıştır. Markalar, işletmeler bu çeşitliliğe ayak uydurmak için her geçen gün yeni model girişimleri için yatırımlar yapmaktadır.

in

tw

ig

f

Dijital Performans - Pazarlama Hizmetleri

1 Dijital Pazarlama

Ürün, hizmet, işletme, girişim ve çeşitli içerikleri internet ve çevrimiçi tabanlı dijital araçlar (Bilgisayar, cep telefonu, tablet vb) ile tanıtmak, satış yapmak, itibar-bilinirlik sağlamak için yapılan pazarlama çeşidi ve faaliyetleri bütünüdür



SEO - SEM

2

SEO – Arama Motoru Optimizasyonu; Google , Yandex, Bing vs arama motor var olan web sitelerinde ve sitelerinde platformlarda yapılan eğitim kurslarıdır. Online pazarlama ve performans için çok değerlidir.

SEM; arama motoru sonuç sayfalarında, internet sitelerinin daha etkin gösterimi, tanıtımını ve ön plana çıkmasını sağlayan çevrimiçi pazarlama yönetimi

4 Sosyal Medya

Kişisel ve kurumsal sosyal medya hesaplarının içerik ve reklamlarını oluşturulmak, düzenlenmek, yayınlamak, analiz etme vb süreçlerinin yönetimi

Dijital Reklam

3

Sosyal medya ve arama motoru reklam platformları aracılığıyla; arama motoru, sosyal medya , görüntülü, video, ürün vb dijital reklamların oluşturulması ve yönetilmesi

in

tw

ig

f

Dijital Performans - Pazarlama Hizmetleri

5

Dijital Analiz ve Raporlama

Çevrimiçi pazarlamada dijital varlıklar ve içerikler sayesinde rekabet, etkileşim, dönüşüm gibi veri setlerini elde etmek ve yönetilebilir pazarlama stratejileri oluşturmak için kullanılır

5



6



E-Ticaret (Elektronik Ticaret) 6

Ürün ve hizmetlerin internet siteleri, mobil uygulamalar üzerinden tanıtım, satış, üretim, ödeme, dağıtım işlemlerinin internet bağlantılı elektronik cihazlar üzerinden yapılmasıdır

7

Dijital İçerik Yönetimi

İnternet – web sitesi, sosyal medya ve diğer online platformların oluşturulması ve içeriklerin yönetilme süreçlerini kapsamaktadır

7



8



Dijital PR, Marka İşletme Yönetimi 8

Marka ve işletmenin çevrimiçi pazarlama ve itibar yönetimine ilişkin tüm süreç ve aksiyonlarının yönetimi

in

tw

ig

f

Dijital Pazarlama Süreçleri

Hedef

Nitelik ve dönüşüm – etkileşimi
yüksek hedefler oluşturmak

İçerik

Hedef ve kitleye erişmek için
kaliteli ve etkileşim seviyesi
yüksek içerikler yaratmak

Analiz

Değer

Seviye

Sonuç

Kitle

Mevcut ve potansiyel kitleyi,
hedefler doğrultusunda
kapsamak.

Dönüşüm

Tüm süreçler sonunda,
öngörülen etkileşim ve
dönüşümler sağlamak

Marka, işletme ve girişimlerin online (çevrimiçi) platformlar aracılığıyla yapılan bütüncül dijital pazarlama çalışmalarını kapsamaktadır

Dijital Pazarlama

Dijital Pazarlama; bilinirlik, satış, itibar, müşteri gibi unsurları elde etmek için yapılan pazarlama türüdür. Dijital pazarlama çalışmaları neticesinde; tüm fiziksel ve çevrimiçi platformlar – işletmeler için üst seviye katkı sağlanabilir. Dönüşüm noktaları son derece başarılı artı değerler oluşturulabilir.

Çevrimiçi pazarlama çalışmaları başlangıç noktasında, en önemli unsurlar; plan, teknik, yöntem ve süreç yönetiminin yanı sıra, dijital pazarlama çalışmaları devamlılık esasına bağlı olmalıdır. Online pazarlama rutini, sürekli ve sistemli bir şekilde yapılan çalışmaları; raporlamak, analiz etmek, strateji geliştirmek, plan yapmak, ölçmek-değerlendirmektir.

Dijital pazarlama, geleneksel pazarlama yöntem ve çalışmalarına göre, elde edeceğiniz kitle, müşteri, ürün ve hizmet satışı, bilinirlik, tanıtım olasılığı en yüksek olan pazarlama yöntemidir. Daha iyi analiz, ölçme ve raporlamaya olanak sağlar. Geleneksel ve diğer pazarlama şekillerine göre daha az maliyetli olup, daha çok dönüşüm sağlar.

in

tw

ig

f

İşletme ve Markalar için Dijital Pazarlama

Dijital pazarlama, günümüzde işletme ve girişimler için göz ardı edilmemesi mümkün olmayan bir pazarlama türüdür. İster global, ister yerel ölçekli bir işletme olsun; dijital ortamda hissedilir seviyede varlık göstermek zorundadır. Ve bu varlığı sürekli iyileştirmek gereklidir.



Günümüzde **Dijital Pazarlama** tercihleri sayesinde birçok yenilikçi firma, işletme, marka kapsamlı büyüme grafikleri elde etmekte....

Dijital Pazarlama Neden Önemli?

- Pazarlama çalışmalarınızı kategorize ve hedef odaklı planlayabilirsiniz.
- Geleneksel pazarlamaya göre daha az maliyetlidir.
- Markalar, işletmeler, girişimlerle rekabet etmenize ve seviye eşitliğine olanak sağlar.
- Dijital pazarlama stratejisi planlamak, oluşturmak ve yenilemek daha kolaydır.
- Dijital pazarlama öncesi ve sonrası analiz, raporlama, ölçümleme yapılabilir.
- Dijital pazarlama sayesinde, dönüşüm oranı, satış kalitesi, hedef kitle, bilinirlik, itibar, marka değeri vs artırabilir.
- Dijital pazarlama, geleneksel pazarlama yöntem ve çalışmalarına göre, elde edeceğiniz kitle, müşteri, ürün ve hizmet satışı, bilinirlik, tanıtım olasılığı en yüksek olan pazarlama yöntemidir.
- Kapsamlı, detaylı analiz, ölçme ve raporlama elde etmenizi sağlar. Analiz ve raporlama verilerinin çok yönlü ve etkili kullanımı.
- İşletme, marka ve şirketler için kapsamlı ve stratejik büyüme grafikleri elde edilir.

Çevrimiçi pazarlama amaç, etki, beklenti, dönüşüm, performans gibi kriterlere göre çeşitlendirilebilir

Dijital pazarlama araç ve yöntem kombinasyonlarıyla bir bütün şeklinde değerlendirilir. Nasıl dijital pazarlama yapılır? Sorusuna yanıt vermek için, bu yöntem ve araçları bilmek gerekir. Çok farklı dijital pazarlama yöntem ve türü mevcuttur.

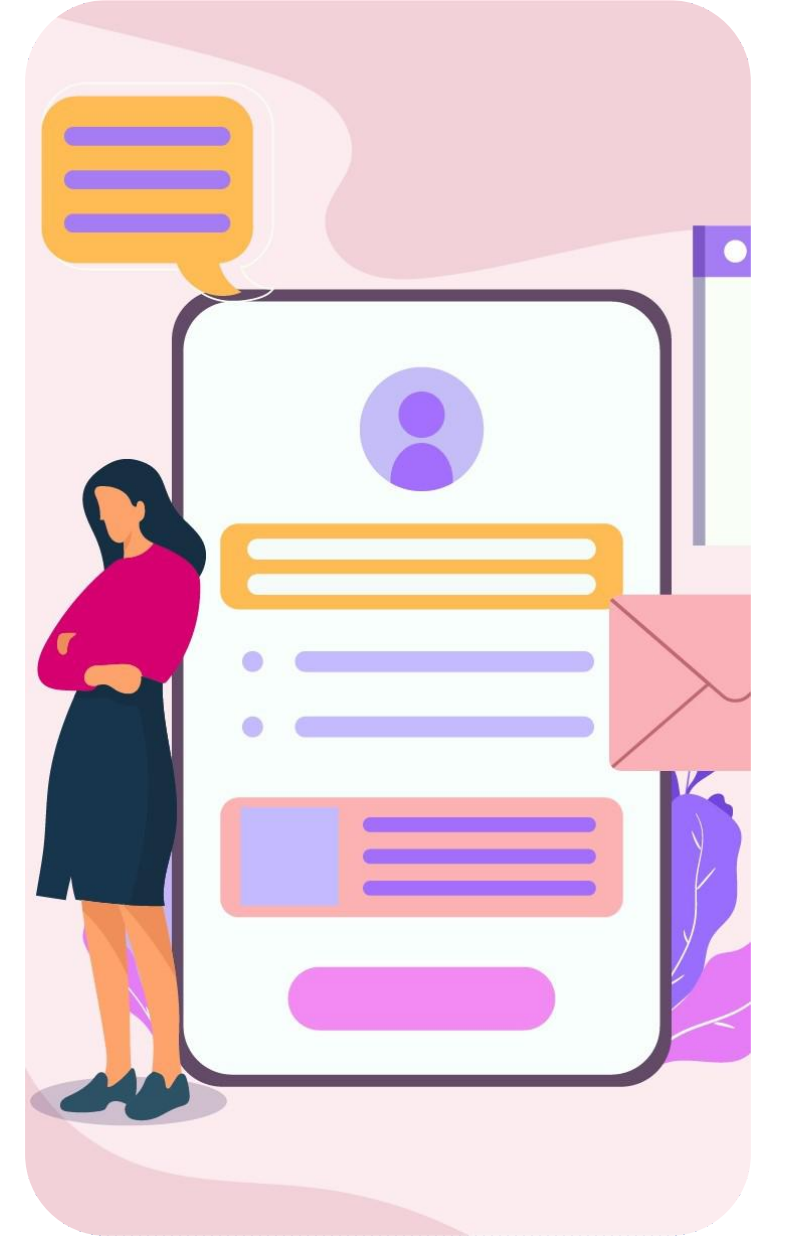


Birçok disipline göre dijital pazarlamanın ortaya çıkışı, ilk E-Posta gönderiminin yapıldığı 1971 yılı olarak kabul edilir.

Dijital Pazarlama Çalışmaları ve Çeşitleri

Çevrimiçi Pazarlama Türleri, İhtiyaç ve Yöntemlere Göre Farklılık Göstermektedir

- Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)
- Arama Motoru Pazarlaması (SEM)
- İçerik Pazarlaması
- Elektronik Ticaret Pazarlaması (E-Ticaret – Online Pazarlama)
- Sosyal Medya Pazarlaması (SMM)
- Sosyal Medya Optimizasyonu (SMO)
- Arama Motoru – Görüntülü – PPC Reklam
- Dijital Reklamcılık
- E-Posta Pazarlama (Mailing)
- Dijital PR - İtibar
- Etkileyici Pazarlama (Influencer Pazarlaması)
- Viral Pazarlama
- Video Pazarlaması



Dijital varlıklardan en önemlisi web siteleridir. Arama motoru optimizasyonu çalışmaları %90-95 web siteleri için yapılmaktadır.

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu)

SEO – Arama Motoru Optimizasyonu; Dijital pazarlama süreçlerinde en çok ve en bilinen çalışmalardan biridir. Bir marka, işletme veya kişisel web site sayfasının, arama motorunda içerik, anahtar kelime ve performans kriterlerine göre üst sıralarda ve alakalı aramalarda yer almasını sağlamaktır.

Çevrimiçi pazarlama çalışmalarına başlangıç noktasında, en önemli olgu, plan ve süreç yönetiminin yanı sıra, dijital pazarlama çalışmalarının devamlılık esasının olmasıdır. Online pazarlamanın rutini; sürekli ve sistemli bir şekilde dijital pazarlama çalışmalarını beslemektir.

Arama motoru optimizasyonu; web siteleri, sosyal medya gibi dijital varlıkların Google gibi arama motorlarının daha rahat bir şekilde taraması, anlaması, kullanıcıya alakalı içerik olarak sunmasını sağlayacak şekilde, arama motorlarının kriterlerine uygun hale getirilmesidir Web sitesi, sosyal medya gibi dijital varlıkların ve içeriklerin optimize edilmesi süreçlerini kapsar. Hedeflenen anahtar kelimelere, içeriklerin arama motoru aramalarında yükseltilmesini sağlar.

in

tw

ig

f



*Dijital Pazarlama Çalışmalarında En Çok
Tercih Edilen Dijital Pazarlama Yöntemi: SEO*

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) Neden Önemli

Web sitesi, sosyal medya ve diğer dijital varlıklarınıza gelecek ziyaretçi sayınızı organik yöntemlerle artırmak ve Google, Yandex, Bing gibi arama motoru sıralamalarında kalıcı olmak istiyorsanız gereklidir. Hedeflediğiniz anahtar kelimelerde üst sıralara çıkabilmek için gereklidir. Sitenizden maksimum geri dönüşler alabilmenizi sağlar.

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) dijital pazarlama için en önemli ürünlerden biridir. Tüm küçük, büyük işletme, marka, kurum, kuruluş, girişimlerin web siteleri başta olmak üzere online varlıkları için SEO çalışmalarının yapılması önemlidir. Bu çalışmaların sürekli ve rutin bir şekilde devamlılıkla sürdürülmesi dijital pazarlama açısından faydalı olacaktır.

SEO Çalışmaları Dijital Pazarlama Yöntemi Olarak En Çok Tercih Edilen Türdür.

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) Çalışmaları ve Çeşitleri

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) Çalışmalarının Temelini İçerik ve Teknik Optimizasyonlar Oluşturur



Bazı SEO Türleri ve Yöntemleri

- Site İçi SEO (On Page)
- Site Dışı SEO (Off Page)
- Mobil SEO
- Yerel SEO (Local SEO)
- Semantik SEO
- Görsel SEO
- Teknik SEO
- Blackhat SEO
- Sosyal Medya SEO
- Youtube SEO
- E-Ticaret SEO

SEO çalışmalarının amacı; Hedef ve kitleye erişmek için yüksek kaliteli site içi ve site dışı içerikler yaratılması, web sitesi teknik yapısının iyileştirilmesi - optimize edilmesi, web sitesi dışı bağlantılı bilinirlik artışı sağlayacak çalışmalar yapılmasını kapsamaktadır.

SEO çeşitleri; SEO (Arama Motoru Optimizasyonu), tür, yöntem ve modellere birçok çeşide ayrılır. Dijital varlık (web sitesi vs) ve içeriklerin SERP (Arama Motoru Sonuçları Sayfası) görünür olması, üst sıralarda, zengin sonuçlarda yer alması için yapılan SEO çalışmaları, yöntemleri, teknikleridir.

in

tw

ig

f

Yaklaşık, dünya nüfusunun %58,4'ü (4,62 milyar) sosyal medya kullanıcısıdır. Türkiye nüfusunun %55,2'si en az bir sosyal medya hesabı kullanıcısı

Sosyal Medya Yönetimi - Pazarlaması

Sosyal medya yönetimi ve pazarlaması, dijital pazarlama için son yıllarda, başvurulan yöntemlerden birisidir. Kişisel sosyal medya hesaplarının yanı sıra artık farklı formatlarda kurumsal, işletme, e-ticaret gibi sosyal medya hesapları aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır.

İşletme ve markalar için profesyonel, etkileyici, etkileşimi ve dönüşüm seviyesi yüksek sosyal medya içerik ve sosyal medya reklam yönetimi kaçınılmaz bir ihtiyaç haline gelmiştir. İster büyük ölçekli, ister küçük ölçekli bir işletme olsun. Sosyal medya kanallarında aktif olmaları, işletmeye dijital pazarlama açısından çok büyük katkılar sağlayabilmektedir.

Gelişen sosyal medya teknoloji ve içerik sistemleri sayesinde, her geçen gün yeni sosyal medya pazarlama yöntem ve stratejileri geliştirilmektedir. Nitekim, bu hıza ayak uyduran işletmeler, markalar, fenomenler vs çok hızlı etkileşim ve dönüşümler sağlıyorlar. Sosyal medya platformlarının amacı; kullanıcıları tarafından yazılı, görsel ve video içerik sağlayıcısı olmalarını sağlamaktır.

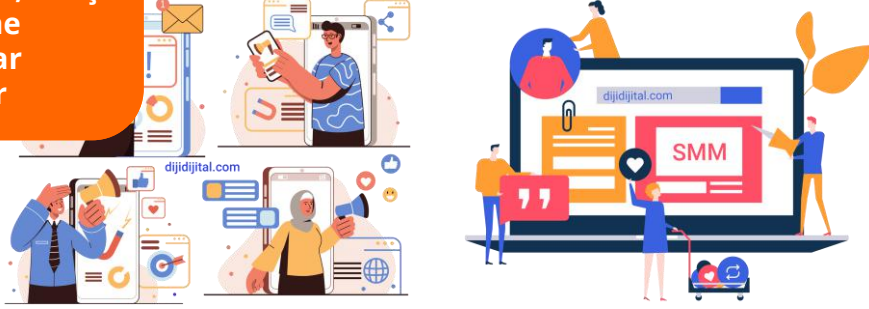
in

tw

ig

f

Sosyal medya pazarlaması, işletme ve markaların bilinirlik, itibar, satış gibi süreçlerine olumlu katkılar sağlamaktadır



Gelişen sosyal medya teknoloji ve içerik sistemleri sayesinde, her geçen gün yeni sosyal medya pazarlama yöntem ve stratejileri geliştirilmektedir. Nitekim, bu hıza ayak uyduran işletmeler, markalar, fenomenler vs çok hızlı etkileşim ve dönüşümler sağlıyorlar. Sosyal medya platformlarının amacı; kullanıcıları tarafından yazılı, görsel ve video içerik sağlayıcısı olmalarını sağlamaktır.

Sosyal medya; şirketlerin, işletmelerin ve markaların hedef kitleleriyle bire bir iletişim, etkileşim kurmasında etkili bir imaj, itibar oluşturmada önemli bir etkisi bulunmaktadır. Hedef kitle tarafından gelen talep, iletişim, önerilere karşı dönüşüm oluşturmak kitle kazanımında önemli bir rol oynamaktadır.



Sosyal Medya Yönetimi ve Pazarlaması Neden Önemli?

Gelişen sosyal medya teknoloji ve içerik sistemleri sayesinde, her geçen gün yeni sosyal medya pazarlama yöntem ve stratejileri geliştirilmektedir. Nitekim, bu hıza ayak uyduran işletmeler, markalar, fenomenler vs çok hızlı etkileşim ve dönüşümler sağlıyorlar. Sosyal medya platformlarının amacı; kullanıcıları tarafından yazılı, görsel ve video içerik sağlayıcısı olmalarını sağlamaktır.

Arama motoru reklamcılığı; pazarlama, marka, tanıtım, satış, bilinirlik, itibar, rekabet, büyüme sağlamak için çok kullanılan bir dijital pazarlama aracıdır.

Dijital Reklamcılık - SEM (Arama Motoru Pazarlaması)

Arama motoru reklamcılığı (Search Engine Advertising – SEA); web site sayfaları, marka – şirket işletme ve harita platformları, ürün kategorilerini arama motorlarında ücretli olarak tanıtım, satış, ziyaret, bilinirlik, itibar, etkiletişim, dönüşüm sağlamak yapılan dijital reklam türüdür. SEA, Arama motoru pazarlaması (SEM) ve çevrimiçi pazarlamanın önemli bir parçasıdır. Arama motoru reklamcılığı, çoğunlukla Google, Yandex, Bing, Yahoo gibi arama motorlarının sonuç sayfalarında görüntülenmeyi sağlayan, farklı konumlandırmalara sahip, genellikle tıklama başına ücretlendirilen reklamlardır.

Arama motoru reklamları, doğrudan arama motoru sonuç sayfalarında veya reklam alanı olan anlaşmalı web sitelerinde gösterilir. Arama motoru reklamı verenler tarafından, anahtar kelime veya tıklama başına ödeme (PPC) reklamları olarak adlandırılır. En büyük arama motoru reklamcılık platformu Google Ads 'dir. Google Ads, arama motoru reklam girişiminin, sektöre katkılarından dolayı; arama motoru reklamcılığı denince akla ilk gelen Google Ads. Reklamlar, arama motorlarının sonuç sayfalarının üstüne, altına ve yan kısımlarına yerleştirilir.

in

tw

ig

f

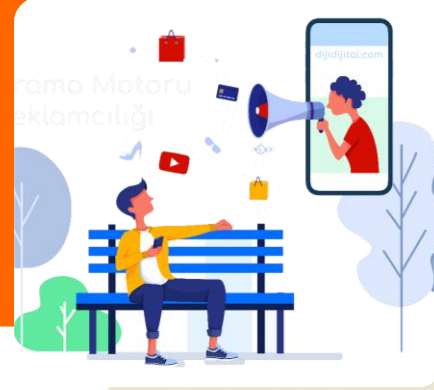
Arama motoru reklamcılığı yapmak için ilk başlangıç olarak, hedef ve beklentiler doğrultusunda, reklam platformu seçimi yapılmalıdır.

SEA (Arama motoru reklamcılığı) ve sosyal medya reklamları için önemli olan bir kriter olan anahtar kelime, kitle, konum, zamanlama gibi kriter tanımlaması yapılması. Anahtar kelime seçimi, analizi, bütçe belirleme, konum, kitle vs arama motoru ve sosyal medya reklam ve yönetim araçları ile yapılmaktadır.

Dijital Reklam ve Arama Motoru Pazarlaması (SEM) Neden Önemli?

Arama motoru reklamcılığı; pazarlama, marka, tanıtım, satış, bilinirlik, itibar, rekabet, büyüme sağlamak için çok kullanılan bir dijital pazarlama aracıdır. SEA'yı önemli hale getiren nedenlerden biri de; web sitesine gelen tıklama sayısını, hızla ve etkin bir şekilde, tıklama oranına bağlı olarak artırmaktır.

Ayrıca, tıklama oranlarına bağlı olarak iyi dönüşümler sağlamak mümkündür. ROAS (reklam harcamalarının getirisi – geri dönüşü) için reklam bütçesine bağlı iyi dönüşüm oranlarını ads sistemi öneri yapar. Bu öneri, arama motoru ve dijital varlığımız üzerinden elde edilen veriler sayesinde daha optimize şekilde olur. Yani, maliyet ve dönüşüm için, en uygun reklam planlaması gerçekleşir ve daha iyi ROI (yatırım geri dönüşü – yatırım getirisi) sağlar.



Arama motoru reklamcılığı, görüntülü reklamlar ile daha etkili sayfa gösterimleri ve reklam performansı oluşturmak içinde kullanılabilir. SEA, ürün ve hizmet satın almayı hedefleyen kullanıcı deneyimi sırasında, satın alma gerçekleştirmesi için alternatif kombinasyonlar kullanır.



Google ADS

Hedef ve Reklam Kampanyaları

Arama Ağı

Google arama ağı reklamları, kurum veya kişilere sunduğunuz ürün, hizmet ve içerikleri Google arama motorunda anahtar kelime olarak aradıklarında, onlara ulaşmak için, arama sonuçlarının üst ve alt kısımlarında çıkan metin reklamlardır.

Satış



Web Sitesi
Trafığı



Görüntülü Reklam Ağı

Görüntülü reklam ağı reklam kampanyaları; pazarlama, tanıtım, bilinirlik, satış gibi hedefler için görsel olarak ilgi çekici, harekete geçirici reklamları iş ortağı milyonlarca, web sitesi, uygulama, Gmail ve Youtube gibi Google platformlarında gösterilmesi sağlanan reklam kampanya türüdür.

Maksimum Performans

Google Ads maksimum performans reklamları, etkili performans ve dönüşüm odaklı yeni bir hedefli reklam kampanyası türüdür. Maksimum performans tüm kampanya modellerini içinde barındırmaktadır.

Potansiyel
Müşteriler



Ürün ve
Marka



Akıllı Kampanyalar

müşteri aramaları, bulunduğunuz konuma yapılan ziyaretler, video ile marka bilinirliğini veya web sitenizdeki işlemleri artırma gibi kampanya hedefinize dayalı sonuçlar sağlar

Google ADS

Hedef ve Reklam Kampanyaları

Alışveriş Kampanyaları

Google ürünler, arama ağı ve Google iş ortağı web siteleri reklam alanlarında ürünlerinizin satışını yapmak veya web site trafiği elde etmek için kullanılan reklam türüdür.

Marka
Bilinirliği
ve Erişim



Yerel
Mağaza
Ziyareti ve
Tanıtımı

Keşif (Discovery) Kampanyaları

Google'ın kitle ve müşteri amacı sinyalleri sayesinde bu kampanya türü, markanızı keşfedip onunla etkileşime geçmeye hazır olan kullanıcılara, görsel açıdan etkileyici ve ilham veren kişiselleştirilmiş reklam deneyimleri sunmanıza yardımcı olur.

Video Kampanyalar

Video kampanyaları sayesinde YouTube ve Google iş ortaklarına ait web siteleri ile mobil uygulamalardaki videolar şeklinde gösterilen reklamlar.

Uygulama
Tanıtımı



Uygulama kampanyaları

Uygulama kampanyaları Arama, Google Play, YouTube, Google Arama Ağı'ndaki Keşfet ve Google Görüntülü Reklam Ağı dahil olmak üzere Google'ın en büyük mülklerinde uygulamalarınızı tanıtmayı kolay hale getirir.



Analiz ve
Raporlama

Sosyal Medya (META) Platform ve Reklam Kampanyaları

Bilinirlik Kampanyası

- Marka Bilinirliği
- Erişim

Değerlendirme Kampanyası

- Trafik
- Etkileşim
- Uygulama Yüklemleri
- Video Görüntülemeleri
- Potansiyel Müşteriler Bulma
- Mesajlar

Facebook

Instagram

Messenger

Audience
Network

Dönüşüm Kampanyası

- Dönüşümler
- Katalog Satışları
- Mağaza Trafiği

Dijital PR çalışmaları ve stratejileri sayesinde; hedef kitle, müşteri veya iş ortaklarına dijital platformlarda daha etkili ve daha çok görünür ve bilinir olmanızı sağlar.

Dijital PR Marka İşletme Yönetimi

Dijital PR (Online itibar yönetimi); marka, işletme ve firmaların sosyal medya, web siteleri, blog, forum, sosyal imleme, haber-içerik siteleri ve benzeri online platform ve uygulamaları sayesinde halkla ilişkiler için yapmış olduğu tanıtım, bilinirlik, reklam yapılan tanıtım, bilinirlik, reklam vs çalışmalarının bütünüdür.

Bir marka veya işletmenin dijitalde kapsadığı hacim çok önemlidir. Örneğin; eğer bir marka, kendi marka anahtar kelimesiyle arama motorunda arama yapılıyorsa, dijital itibar ve marka bilinirliği oluştuğunu gösteren parametredir. Dijital pazarlama için en etkili ve doğal etkileşim sağlamanın en bilindik yolu, online itibar çalışmaları sayesinde marka algısı ve bilinirliği oluşturmaktır sonuç sayfalarının üstüne, altına ve yan kısımlarına yerleştirilir.

Dijital PR (Dijital Halkla ilişkiler) web siteleri içerikleri, sosyal medya, dijital medya, blog, forum, dijital basın ve mobil uygulamalar aracılığıyla insanların algı-zihninde, işletme veya markanızla ilgili faydalı ve olumlu düşünceler yaratmak için yapılmaktadır. Diğer bir deyişle; dijital PR, dijital pazarlamacılar tarafından bir markanın çevrimiçi varlığını artırmak için kullanılan bir tanıtım yöntemidir.

in

tw

ig

f

Marka yaratma veya var olan markayı büyüme sürecini hızlandırır.

Dijital Marka İşletme - PR Yönetimi Neden Önemli?

Online itibar yönetimi sayesinde; şirket - işletme - marka bilinirliğini, web sitesine gelen kullanıcı trafiğini, organik SE sıralamaları, satışları, sosyal medya takip ve etkileşimi artırmak için ölçülebilir ve somut stratejiler oluşturulabilir. Marka veya işletme dijital PR çalışmaları sayesinde ekonomik, ölçek, faaliyet gibi büyümeler elde edebilir.



Online ve geleneksel marka bilinirliği ve algısı oluşturur. Faydalı ve etkileşimi yüksek müşteri, kullanıcı, ziyaretçi kitlesi oluşmasını sağlar.



Satışları artırır ve pazarlama süreçlerine olumlu katkı sağlar. İşletme ve marka yönetimi süreçlerine katkı sağlar. Fiziksel ziyaretçi ve müşteri ziyaretlerinin artmasını sağlar.



Gerçek ve fiziksel platformlarda da bilinirlik ve rekabet seviyesinin artışına sebep olur. Marka, işletme, içerik veya ürünleriniz referans alınmaya başlar.

Çevrimiçi İtibar Yönetiminin Avantajları

- Marka, şirket, işletme bilinirliği hissedilir seviyede artar.
- Rakipler arası rekabet düzeyi farklılaşır.
- Satış ve karlılık parametreleri yukarı yönlü seyir gösterir.
- Çok yönlü büyüme ve genişlemelere sebep olur.
- Marka olma veya var olan marka değeri artar.
- Çok kanallı ve süreklilik arz eden tanıtım ve reklam giderleri azalır.
- Referans gösterilme ve olumlu etkileşim, dönüşümler sağlanır.
- Farklı iletişim kanalları ve iletişim çeşitliliği oluşur.

in

tw

ig

f

E-ticaret, hızlı etkileşim ve dönüşüm sağladığı için girişimlerin büyük çoğunluğu olumlu sonuçlanmaktadır.

E-Ticaret (Elektronik Ticaret)

E-Ticaret (Elektronik Ticaret); Mal, hizmet ve içeriklerin üretim, satış, reklam, tanıtım, pazarlama, danışmanlık, eğitim, dağıtım ve ödeme işlemlerinin internet ağları üzerinden yapılmasına denir. Ürün ve hizmet odaklı online ticaret son yıllarda, geleneksel ticarete göre çok fazla tercih edilmektedir. Günden güne büyüme kaydeden bir ivmeye sahiptir.

Elektronik ticaret, birçok sektöre ve iş modeline göre şekil alabilmektedir. Satış hedefli online ticaret girişimleri çok hızlı etkileşim sağlayabiliyor. Çok alternatifli satış, pazarlama, dağıtım, içerik kanalı olması sebebiyle dönüşüm ve değişim süreçleri kısa süre tamamlanabiliyor. Geleneksel ticarete göre, rekabet ve karlılık oranları daha yüksektir.

Online ticarete, büyüme oranları, sektör, ürün ve hizmete göre farklılık gösterse de, kısa sürede istenilen seviyeye ulaşmanızı sağlıyor. Ürün, hizmet ve içerik kategorisine göre geniş seçenek sunan E-Ticaret platformları (pazaryerleri vs) en çok tercih edilen mecralardır. E-Ticaret çeşitleri bakımından farklılık göstermektedir. Hizmet ve ürüne göre dolaylı ve doğrudan E-ticaret modelleri vardır. Birde kurum, şirket, marka, kişi gibi taraflara göre yapılan E-Ticaret çeşitleri mevcuttur.

in

✈

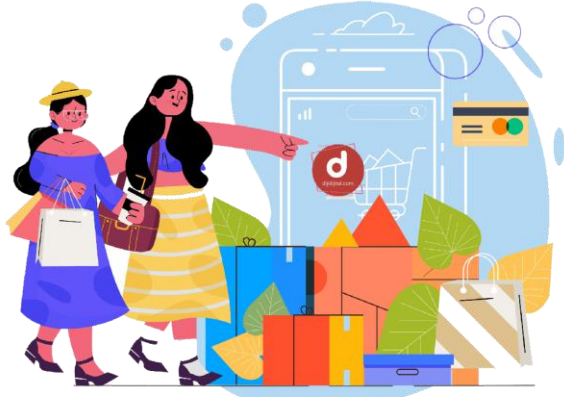
📷

f

E-Ticaret (Elektronik Ticaret)

Avantajları ve Türleri

- Daha hızlı ve konforlu satın alma süreçleri vardır.
- Çok kolay mağaza, ürün, koleksiyon, kategori oluşturma ve listeleme.
- Geleneksel ticarete göre, maliyet oranları çok azdır.
- Uygun maliyetli tanıtım, reklam ve pazarlama seçenekleri mevcuttur.



Ürün ve Hizmetlere Göre E-Ticaret Türleri

- Doğrudan Elektronik Ticaret
- Dolaylı Elektronik Ticaret

- Müşteri ve kullanıcılar için esneklik ve çeşitlilik.
- Erişim ve kısıtlama olmaması.
- Ürün, fiyat, kalite, skor vs karşılaştırması.
- Müşteri, satıcı, pazar taleplerine daha hızlı yanıt verme.
- Alternatifli satıcı, üretici, ödeme, lojistik vb seçenekleri mevcuttur.



Taraflara Göre E-Ticaret Türleri

- B2B (Business to Business – İşletmeden İşletmeye)
- B2C (Business to Consumer – İşletmeden Tüketickiye)
- C2C (Consumer to Consumer – Tüketiciden Tüketickiye)
- B2E (Business to Employee – İşletmeden Çalışana)
- B2G (Business to Government – İşletmeden Devlete)

in

tw

ig

f

Dijital içerik yönetimi (DCM); dijital içerik üretme, düzenleme, yayınlama, yönetme ve paylaşımına olanak sağlayan bir dizi süreçten oluşmaktadır.

Dijital İçerik Yönetimi

Dijital içerik yönetimi; internet ve dijital platformlardaki web sitesi, sosyal medya, blog, pazarlama, reklam, uygulamalar için kullanıcıların fayda sağlayacağı yazı, görsel, video, ses benzeri içerikleri oluşturma, düzenleme, yayınlama, yönetme ve paylaşma süreçlerinin tümünü kapsar. Eğitici, öğretici, bilgilendirici, eğlenceli, faydalı içerikler olmalıdır. Hedef kitleyi birçok yönden kapsayıcı olmalıdır.

Dijital içeriklerin oluşturulması, düzenlenmesi, yayınlanması, paylaşılması ve yönetilmesi işini yapan kişilere de dijital içerik üretici veya dijital içerik uzmanı denir. Dijital ortamda var olan her türlü yazı, fotoğraf, ses, video gibi yazımsal, görsel ve işitsel içeriklerin tümüne dijital içerik denir. Dijital içerikler, geçmiş dönemlerde internet ve bilgisayarlar aracılığıyla ile yaygınlaşmıştır. Son dönemlerde mobil uygulamalar, E-kitaplar ve benzeri farklı platformlar sayesinde dijital içerik kanalları yaygınlaştı. Dijital içeriklerin yayınlama ve dağıtım yöntem ve şekilleri günden güne genişlemektedir.

in

tw

ig

f



Dijital İçerik Yönetimi Neden Önemli?

Dijital içerik yönetimi (DCM); dijital içerik üretme, düzenleme, yayınlama, yönetme ve paylaşımına olanak sağlayan bir dizi süreçten oluşmaktadır. DCM dijital varlıklarınızın neredeyse tamamının yönetimini sağlayan çok önemli bir sistem olarak düşünebilirsiniz. Online olan neredeyse tüm varlıklar yönetilmesi, düzenlemesi, yenilenmesi, yayılması gereken içeriklerden oluşmaktadır. Aslına bakılırsa, internete bağlı tüm dijital platformların temeli ve en önemli yapıtaşı içeriktir. Bir web sitesinin veya uygulamanın metin, görsel, video, ses içeriğinin olmadığını düşünürsek; bomboş bir ekranla karşı karşıya kalırız. Yani, internetin varlık sebebi içeriktir! Desek. Hiçte abartmış olmayız.

Örneğin, bir markanın, şirketin kurumsal işleyişini sağlayan içerik yapısı ne kadar önemli ise online içerik yönetimi yapısı da bir o kadar önemlidir. Bir bakıma, dijital içerikler kurumlar için olmazsa olmaz bir departman veya kütüphanedir. Bir markanın online mağazasından alışveriş yapmak istediğimizde, ilk baktığımız şey görsel ve özelliklerinin olduğu tanıtıcı metindir. Ürün görselleri ve özellik metni ne kadar detaylı ve kaliteliyse, ziyaretçi deneyimi satın almayla sonuçlanır.



Dijital analiz ve raporlama sadece dijital pazarlama için değil, birçok iş geliştirme ve iş modeli içinde kullanılmaktadır.

Dijital Analiz ve Raporlama

Dijital analiz nedir? web siteleri, sosyal medya platformları ve mobil uygulama kaynakları sayesinde elde edilen dijital nicel ve nitel verileri analiz ederek kullanıcıların neyi, nasıl aradığını, deneyiminizi ve stratejilerinizi nasıl geliştirebileceğinizi daha net bir şekilde ortaya koymak için çeşitli teknolojilerle yapılan süreç ve işlerin bütünüdür. Birden çok kaynaktan elde edilen bu kanallar arası analitik dönüşümü tamamlamak için, en iyi ilişki ve öngörülerini sağlamaya yardımcı olur.

Dijital analiz ve raporlama; dijital varlık (web siteleri, sosyal medya platformları, arama motorları vs) içerik ve deneyimlerinden, çeşitli analiz ve raporlama araçları sayesinde elde edilen rapor ve analiz veri setleri olarak tanımlanabilir. Dijital pazarlama süreçlerinde analiz ve raporlamalarla çeşitli performans, ölçme, planlama, yatırım, satış, değerlendirme verileri olarak kullanılır.

Rakip bir firmanın dijital marka trendini ve marka olarak aranma hacmini öğrenmemiz, bizimde marka ve marka yatırımı yapmamız için bir strateji oluşturmamıza fayda sağlar. Dijital pazarlama performansını ölçmek ve değerlendirilmek içinde kullanılması en önemli nedenlerin başında gelmektedir. Dijital pazarlama için yapılan çalışmaların ne kadar etkili olduğu anlamak için yapılması kesinlikle gereklidir.

Dijital raporlama ve analizleri sayesinde, dijital pazarlama planlaması, stratejisi, yatırımı, girişimi vs yapabiliriz.

Dijital Analiz ve Raporlama Neden Önemli?

Dijital raporlama ve analiz, dijital pazarlama için kullanılan tüm yöntem ve şekillerin başarılı bir sonuca ulaşması için yapılması gereklidir. Bir SEO – Arama Motoru Optimizasyonu çalışması yapmaya başlamadan önce ve sonra muhakkak gerekli tüm dijital analiz ve raporlama verileri elde edilmeli. Akabinde, bu veriler-raporlar sayesinde SEO strateji ve planlamaları yapılmalı. Aksi halde yapılan SEO çalışmalarıyla etkili sonuçlar elde etmek pek mümkün değil.

Analiz ve raporları elde etmek için, dijital platformlardaki varlıklarımız belli bir süreç, içerik, performans seviyesine uygun olmalıdır. Çok kısa zaman önce kurulmuş bir internet sitesinin içerikleri sayesinde, içerik veya rakip analizi yapmamız doğru sonuçları vermeyebilir. Eğer yeni bir dijital girişim oluşturmak istiyorsanız, bu durum değişiklik gösterebilir. Şöyle ki; size rakip olabilecek firma, marka, içerik, ürün vs için girişim yapmadan önce bunlarla ilgili analiz ve raporlar elde etmeniz girişim öncesi yapacağınız planlama ve işleyiş için çok önemlidir. Yani dijital raporlama ve analizlerden elde edilen veri ve planlamaları hangi süreçte, nasıl kullanmanız gerektiğini bilmelisiniz. Dijital performans, rekabet, itibar, pazarlama, satış, bilinirlik seviyesini yükseltmek veya optimize etmek için analiz ve raporlardan faydalanmalıyız.

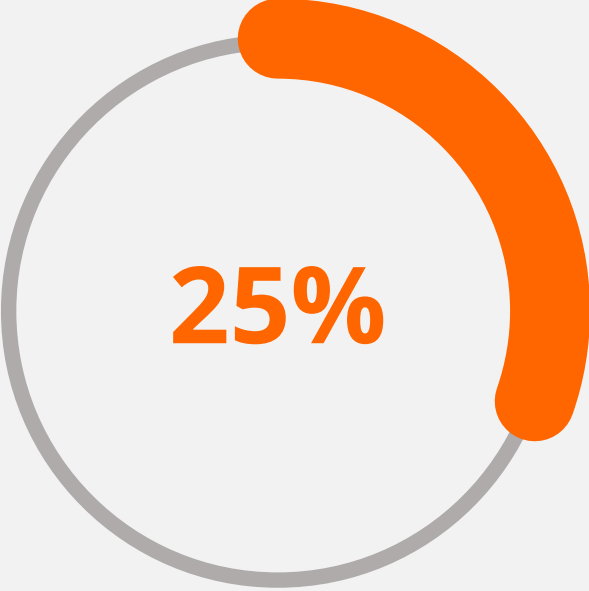


in

tw

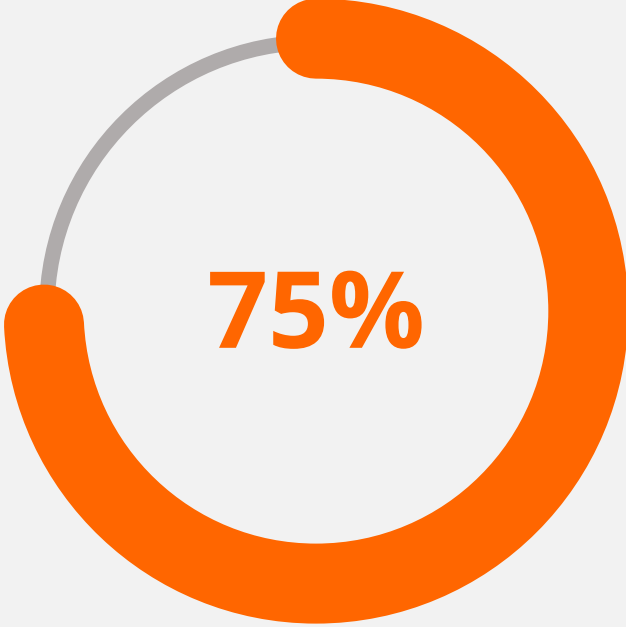
ig

f



25%

- Web sitesi ziyaret, kullanıcı, oturum, tıklama, etkileşim sayıları vs
- Web sitesinden hemen çıkma oranı, ilk sayfadan sonra ayrılan kullanıcıların yüzdeleri (%)
- Web sitesi genel ve sayfa bazlı yavaş yükleme, bozuk bağlantı vs sorunların nereden kaynaklı olduğunu ve çözüm yönergeleri.
- internet sitesi ziyaretlerinin; demografik bilgisi, teknolojik yapısı, kaynağa göre trafik bilgisi, etkileşim ve dönüşüm oranları vs
- Reklam kampanya performansları, yatırım ve dönüşüm bilgileri.



75%

- Rakiplerin ve sizin çeşitli parametrelere göre performans raporları.
- Arama motoru anahtar kelime sıralaması, trafik sayısı-yüzdesi
- Sosyal medya görüntüleme, beğenme, ziyaret etme, etkileşim sayısı vs
- İşletme hesabı telefon tıklama, yol tarifi, görüntüleme, web sitesi tıklama sayısı
- Sıralama alan anahtar kelime ve sıralama ölçekleri
- Anahtar kelimelerin aranma sayısı, tıklama başına ücret bilgisi



50%

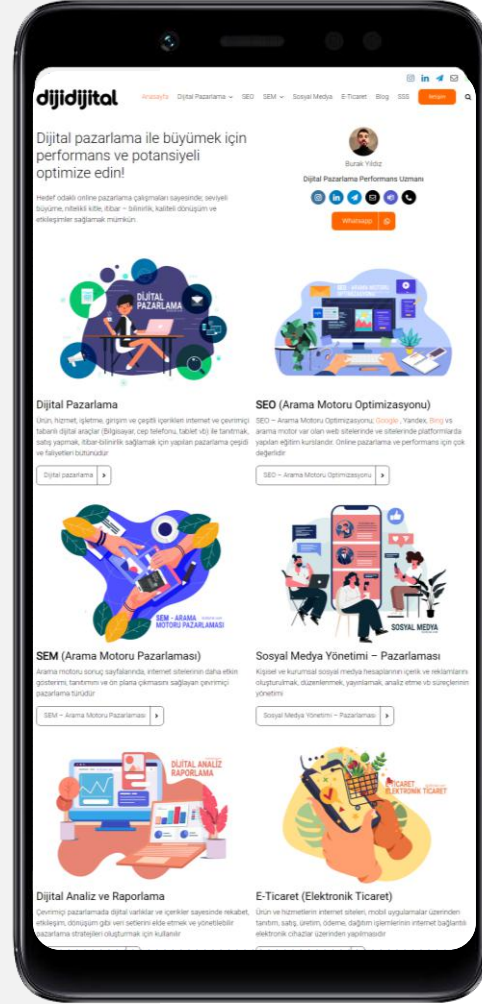
- Uzun vadeli ilişki ve geri bildirim sağlayan ziyaretçilere dönüşen, odaklanmış kullanıcı deneyimi ve yeni ziyaretçiler edinmenin yanı sıra, ihtiyaçları anlama konusunda öngörü oluşturan üst seviye verileri kapsar.
- Organizasyon verimliliğini artırmaya yardımcı olmanın yanı sıra; talep, ihtiyaç ve kullanıcı isteklerine göre uyarılma yapılmış organizasyon süreçlerini optimize etmeyi sağlar.
- Hizmetler, ürünler, içerikler ve tanıtımlar için stratejik pazarlama oluşturma noktasında yol haritası belirlemeye yardımcı olur

in

tw

ig

f



İletişim

Burak Yıldız

Dijital Pazarlama Performans Uzmanı

E-Posta

diji@dijidijital.com / burak@dijidijital.com

Whatsapp / Tel

0534 842 2525



Teşekkürler

dijidijital.com - Dijital Pazarlama Performans Uzmanı