

# Konum Bilgisi ile Daha Doğru Bir Segmentasyon ve Hedefleme



### Konum Bilgisi ile Daha Doğru Bir Segmentasyon ve Hedefleme

*Lokasyon verisiyle deneyimi sadeleştirin, segmentasyonu derinleştirin, dönüşümü artırın.*

E-ticarette *kişiselleştirme* çoğu zaman mesajla başlar. Oysa deneyimin kendisi kişiselleştirilmediğinde, en doğru mesaj bile etkisini kaybeder.

Kullanıcının bulunduğu konum; hangi ürünü göreceğini, hangi fiyatın anlamlı olacağını ve hangi vaadin gerçekçi olduğunu belirleyen en temel sinyallerden biridir. Bu sinyal doğru kullanıldığında, yalnızca deneyimi iyileştirmez; aynı zamanda segmentasyonu daha akıllı, hedeflemeyi daha net hale getirir.

#### Bu playbook'ta konum bilgisinin:

- Neden yalnızca "filtre" değil, stratejik bir segmentasyon katmanı olduğunu
- PersonaClick ile teknik olarak nasıl çalıştığını
- Pazarlama ekiplerinin bu veriden nasıl gerçek değer üretebileceğini sade ve uygulanabilir bir çerçevede ele alıyoruz.



### Konum Verisi Neden Bu Kadar Kritik?

Bir e-ticaret sitesinde en sık yaşanan sürtünmelerden biri, kullanıcının kendisi için geçerli olmayan bir deneyimle karılamasıdır. Teslim edilemeyen bir ürün, bölgesinde olmayan bir stok ya da geçerli olmayan bir kampanya; kullanıcıyı yalnızca yavalatmaz, güveni de zedeler.

Konum bilgisi bu noktada devreye girer. Kullanıcının il, ile veya mahalle bazında nerede bulunduğunu bilmek; deneyimi en batan doğru zemine oturtmayı sağlar.

#### Böylece:

- Kullanıcı yalnızca gerçekten satın alabileceği ürünleri görür.
- Arama ve öneriler daha isabetli alıır.
- "Sonradan hayal kırıklığı" yaratan temas noktaları ortadan kalkar.

*Bu, sadece UX iyiletirmesi değildir. Aynı zamanda pazarlama ekipleri için daha temiz, daha anlamlı segmentler oluturmanın da temelidir.*



## Konum Bazlı Deneyim = Daha İleri Segmentasyon

Konum verisinin asıl gücü, tek başına kullanılmasından değil; diğer davranışsal ve demografik sinyallerle birlikte çalışmasından gelir.

**PersonaClick**'te konum bilgisi:

- Kullanıcının yaşadığı veya bulunduğu bölgeyi
- Ziyaret ettiği lokasyonları
- Teslimat veya hizmet kapsama alanlarını segmentasyonun doğal bir parçası haline getirir. Bu sayede "herkese aynı kampanya" yerine:
  - Belirli şehirlerde yaşayan
  - Belirli ürün kategorileriyle ilgilenen
  - Belirli dönemlerde aktif olankitleler çok daha net şekilde ayrıştırılabilir.

*Sonuç olarak lokasyon, yalnızca kime ne göstereceğimizi değil, kime neyi hiç göstermememiz gerektiğini de belirler.*



## PersonaClick'te Konum Verisi Nasıl Çalışır?

**PersonaClick**'te konum bilgisi; arama, öneri, segmentasyon ve onsite deneyimin tamamına entegre çalışır. Ama kullanıcı tarafında bu süreç mümkün olduğunca sade ve görünmez ilerler.

Sistem, konum bilgisi aktif olduğunda varsayılan olarak:

- Kullanıcıya yalnızca kendi bölgesinde satışı olan ürünleri gösterir.
- Teslim edilemeyecek ürünleri hem önerilerden hem arama sonuçlarından çıkarır.

Bu yaklaşım, özellikle bölge bazlı stok veya teslimat kurgusu olan markalar için arama performansını ve ürün keşfini ciddi biçimde iyileştirir.

*Aynı konum bilgisi, segmentlerde de kullanılabilir. Böylece oluşturulan kitleler; kampanya, otomasyon, pop-up ve diğer tüm on-site çalışmaların hedefleme katmanında aktif rol oynar.*



## Pazarlama Ekipleri için Ne Değişir?

Konum bazlı hedefleme, pazarlama ekiplerine iki önemli avantaj sağlar:

Birincisi, **bütçe verimliliği**. Kampanyalar yalnızca ilgili bölgelerdeki kullanıcılara gösterildiği için, ilgisiz gösterimler ve gereksiz temaslar azalır.

İkincisi, **mesaj kalitesi**. Kullanıcıya gösterilen teklif, gerçekten onun bulunduğu bağlama uygun olduğu için mesaj daha anlamlı hale gelir.

### Bu da genellikle:

- Daha yüksek tıklama oranları
- Daha yüksek sepete ekleme ve satın alma oranları
- Daha düşük terk ve iade oranları ile sonuçlanır.



## Konum Verisiyle Neler Kurgulanabilir?

Konum bazlı segmentasyon, yalnızca teslimat uygunluğu için kullanılmaz. Doğru kurgulandığında çok daha esnek senaryolar üretilebilir.

### Örneğin:

- Belirli şehirlerde yeni bir hızlı teslimat hizmeti başlatıldığında, yalnızca o bölgelerdeki kullanıcılara özel bir on-site duyuru yapılabilir.
- Hava koşullarının sertleştiği bölgelerde, ilgili ürün kategorileri önceliklendirilebilir.
- Belirli bir şehirde veya fiziksel lokasyonda yürütülen kampanyalar, sadece o bölgede yaşayan kullanıcılara duyurulabilir.
- Bölgesel etkinlikler veya dönemsel aktiviteler, lokasyon bazlı push veya e-posta ile desteklenebilir.

*Bu senaryoların ortak noktası şudur: Kullanıcı, kendisiyle doğrudan ilişkisi olmayan bir mesajla karşılaşmaz.*



## Teknik Olarak Başlamak Ne Gerektirir?

**PersonaClick**'te konum verisiyle çalışmaya başlamak için karmaşık bir kurguya gerek yoktur.

**Temelde üç veri seti yeterlidir:**

İlk olarak, **servis verdiğiniz konumlar** **PersonaClick**'e aktarılır. Bu, il-ilçe-mahalle seviyesinde API veya XML üzerinden yapılabilir.

İkinci olarak, **ürünlerin hangi konumlarda stokta olduğu** bilgisi ürün datasına eklenir. **PersonaClick** bu bilgiyi arama ve öneri motorlarında otomatik olarak kullanır.

Son olarak, **kullanıcıdan toplanan konum bilgisi** entegrasyona dahil edilir. Anlık konum değişimleri veya geçmiş kullanıcı lokasyonları da sisteme aktarılabilir.

*Bu üç adım tamamlandığında, konum verisi tüm deneyimin doğal bir parçası haline gelir.*



## PlayBook

### Sonuç

Konum verisi, doğru kullanıldığında yalnızca deneyimi kişiselleştirmez; pazarlamanın karar alma kalitesini de yükseltir.

**PersonaClick** ile konum bilgisi, bir teknik detay olmaktan çıkar; doğrudan aksiyona dönüşen stratejik bir hedefleme katmanına dönüşür.

Demo Talep Edin

<https://personaclick.com/tr/demo-talep-et/>

personaclick.com

