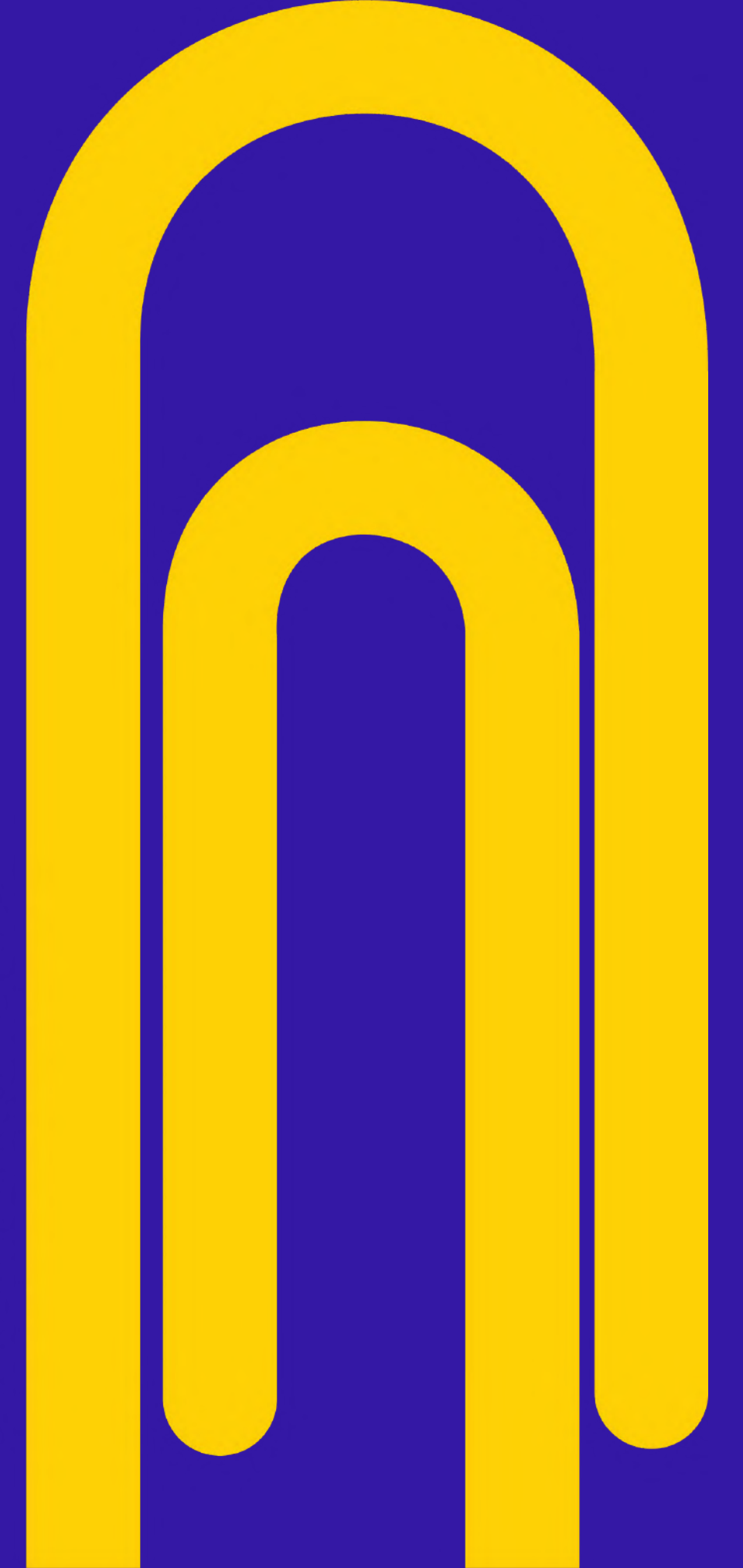




Okula Dönüş E-ticaret Stratejileri Rehberi

Back to
School



İçindekiler

Copyright © 2025 PersonaClick. Tüm hakları saklıdır.
Bu dosya PersonaClick müşterilerine özel olarak ve
bilgi vermek amaçlı hazırlanmıştır. İzinsiz
dağıtımı yapılamaz, değiştirilerek kullanılamaz.

01	Okula Dönüş Dönemi
02	Tüketicilere Genel Bakış
03	Markalar için Temel Stratejiler ve Hedefler
04	Adım Adım Stratejiler ve Kampanya Tipleri - Anasayfa ve Kategori Sayfaları - On-site Marketing ve Gamification - Ürün Önermeleri - Kişiselleştirilmiş Arama Deneyimi - Email, Web/Mobile ve App Push - Otomasyon
05	Dönemsel Kampanyalar

Okula Dönüş Dönemi

Okula dönüş alışverişi, yeni bir eğitim-öğretim yılı başlamadan önce gerekli eşyaların satın alınması sürecini ifade eder.

E-ticaret sektörü için önemli alışveriş dönemlerinden biri olan Okula Dönüş, pazarlama stratejileri ve kampanya tipleri açısından birçok fırsat sunar.

Bu alışveriş genellikle yaz sonu veya sonbaharın başlarında gerçekleşir. Bu noktada markaların kampanyalarını doğru zamanda başlatmaları önemlidir. Aynı zamanda ihtiyaçlarını sürece yayarak alan, araştırma yapan ve son dakikaya bırakan farklı tüketici tipleri için pazarlama aktivitelerini uçtan uca planlamak gerekir.

“Okula dönüş dönemi için kırtasiye malzemeleri, kıyafet, teknolojik cihazlar gibi kategoriler önce çıksa da **markanızın hedef kitlesine göre iletişim dilinizi özelleştirerek pek çok sektör ve ürün için bu dönemde pazarlama faaliyetleri yapmak mümkün.**

Burada müşterileriniz için ihtiyaç & ilgi alanı özelinde doğru iletişimi kurmak ve yaratıcı yaklaşımlar geliştirmek satış oranları kadar müşteri sadakatine de katkı sunar.”



Irmak Aylin Kulaksız

İş Geliştirme Takım Lideri
PersonaClick

Tüketicilere Genel Bakış

Ekonomik

- Tüketiciler ekonomik olarak daha belirsiz bir dönemdeler ve harcamaları konusunda daha endişeliler.
- Aynı ihtiyaçlar için geçtiğimiz yıla göre daha çok harcama yapmak durumundalar.
- Alışverişlerinde ihtiyaçlarını önceliklendirecek şekilde aksiyon alıyorlar.
- Erken alışveriş ya da sezon dışı alışveriş yapma eğiliminde olabiliyorlar.

Davranışsal

- İhtiyaçları karşılarken tüketicilerin markalardaki "değer arayışı" devam ediyor.
- Markalara duyulan sadakat daha kırılgan bir hale geldi.
- Gen Z, Gen Y, Gen X farklı alışveriş davranışları sergilerken artık **Alfa kuşağı** da farklı yaklaşımları gerektirecek bir etkiye sahip.
- Ürün kalitesi, malzemesi, indirim, gönderim ücretleri, hızlı kargo, iade süreçleri satın alma tercihlerini etkilemeye devam ediyor.

Markalar için Temel Stratejiler ve Hedefler

- Sahip olunan tüm kanallardan en **doğru şekilde veri toplamak** ve tek bir platformda **birleştirerek** maksimum fayda sağlayabilmek.
- Müşteri verisi ve davranışsal verileri entegre edecek şekilde **etkili dinamik segmentasyon** yapabilmek.
- Veriye dayalı, **birebir ve gerçek zamanlı** kişiselleştirme yapabilmek.
- **Cookieless** olarak veya **anonim kullanıcılar** için kişiselleştirme uygulayabilmek.
- Omni-channel iletişimi **sorunsuz** bir şekilde planlayabilmek.
- **Otomasyon** ile süreçleri optimize edebilmek.



Artan müşteri kazanımı maliyetlerini düşürmek



Trafiği satışa dönüştürmek



Ortalama sepet tutarlarını artırmak



Tek kategori alışverişini çoklu kategori alışverişine dönüştürmek



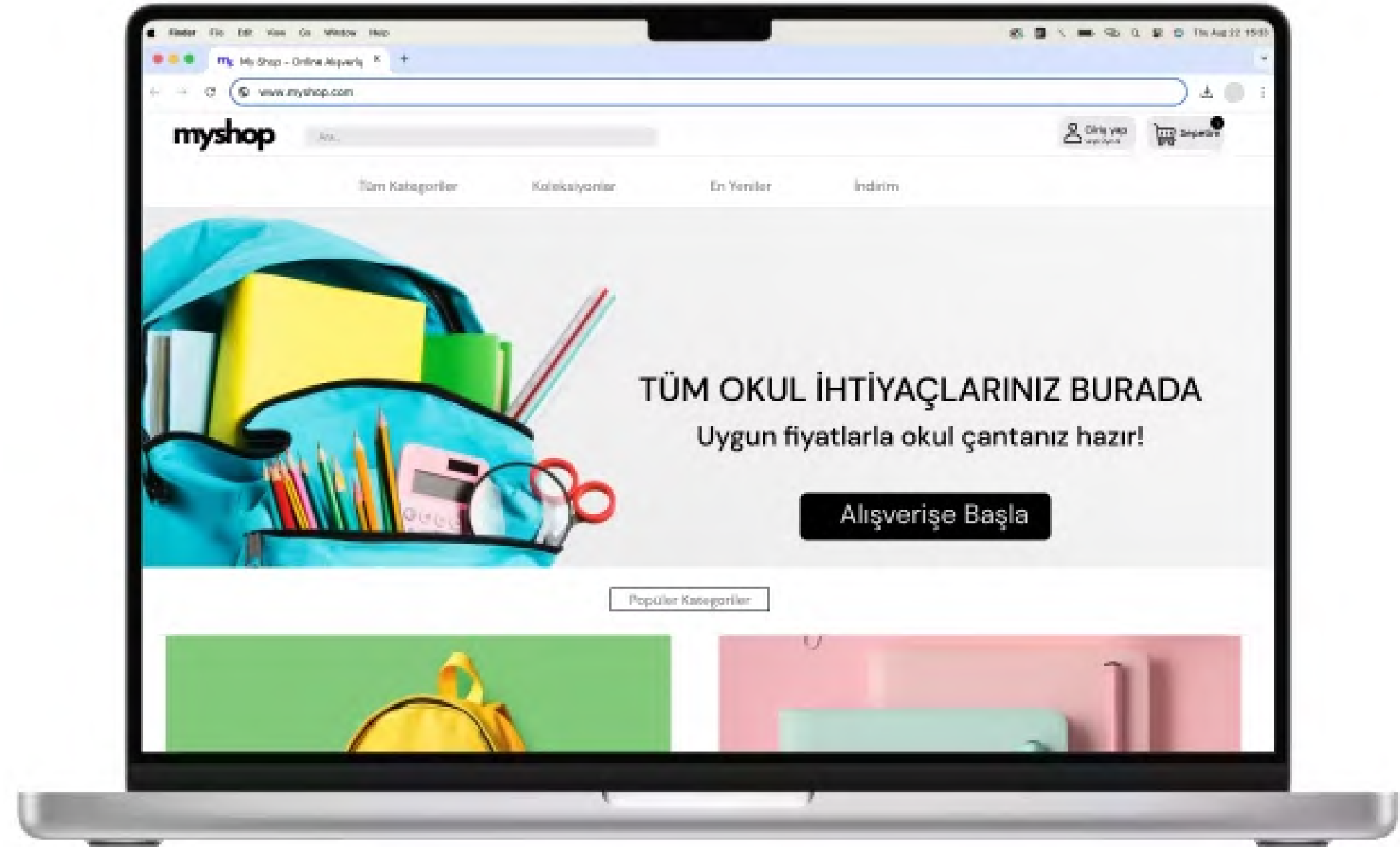
Müşteri sadakatini sağlamak

4

Adım Adım Stratejiler

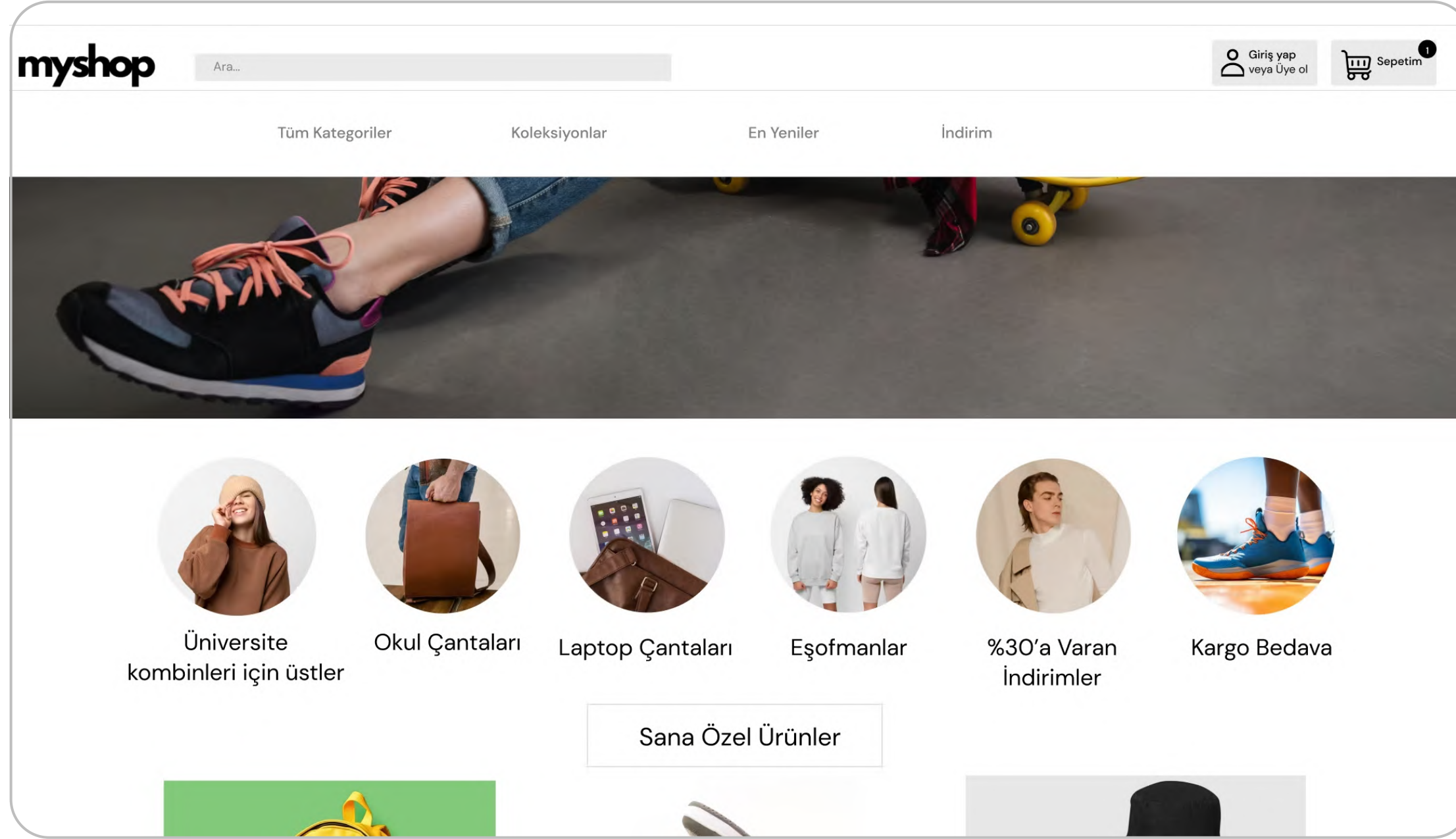
Web/Mobil ve App'inizde Anasayfayı kişiselleştirin ve optimize edin

- Anasayfanıdaki **temayı** Okula Dönüş dönemi için özelleştirebilirsiniz.
- Anasayfada seçtiğiniz ürün kategorilerine **banner** ile doğrudan yönlendirme yapabilirsiniz.
- Anasayfa kategorilerinize Okula Dönüş kategorisi ekleyebilirsiniz.
- Okula Dönüş ürün kategorilerinizle ilgilenen kullanıcılar için anasayfayı **kişiselleştirebilirsiniz**.
- Anasayfanızda doğrudan satın almayı kolaylaştıracak şekilde **ürünler yerleştirebilirsiniz**. Sayfadaki dengeye dikkat etmeyi unutmayın.



Stories kullanarak Okula Dönüş kategorilerini ve ürünlerini öne çıkarın

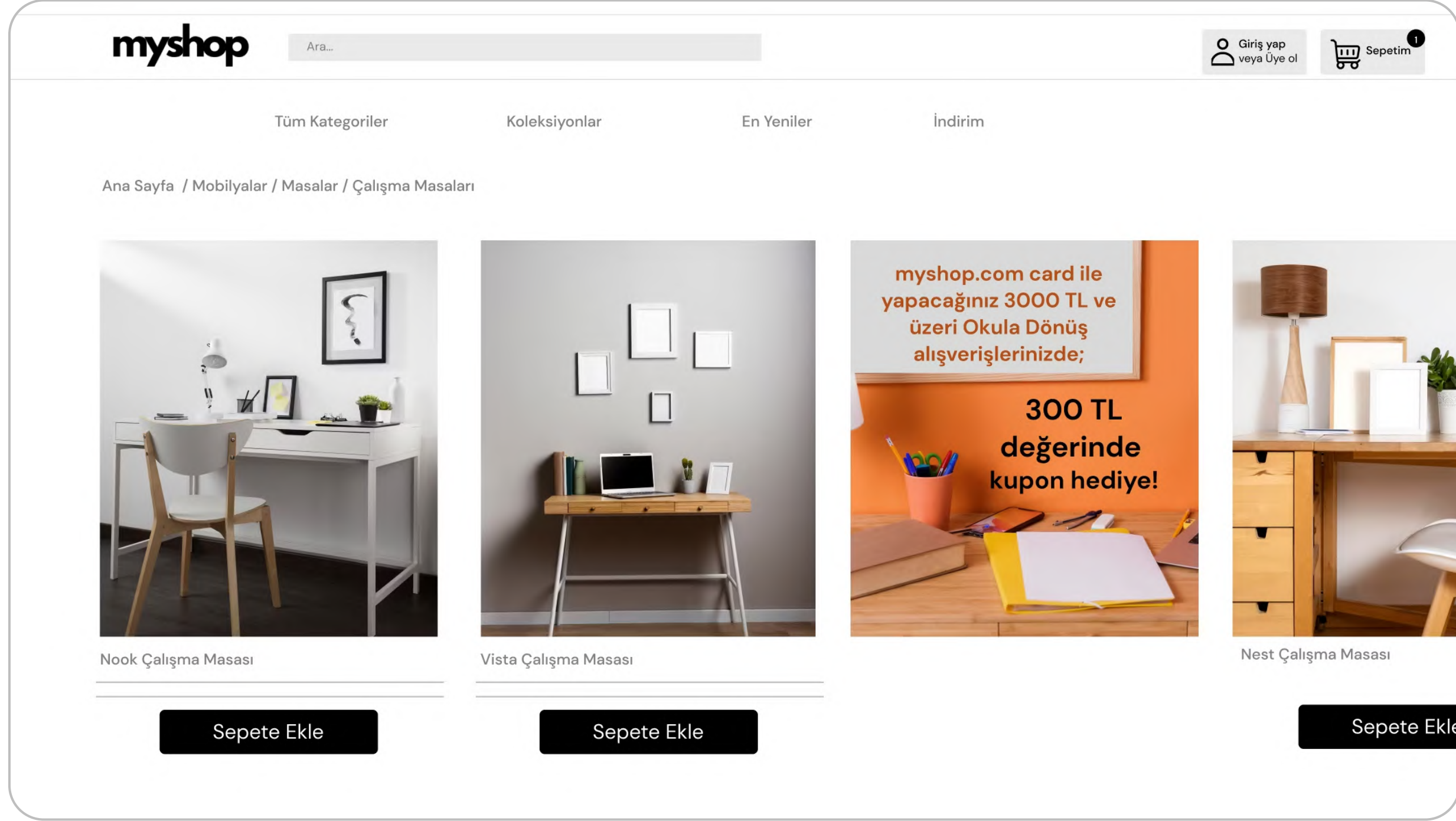
- Stories ile kullanıcılarınızın istediğiniz kategorilere ve ürünlere doğrudan erişmesini sağlayabilirsiniz. Stories modülünü anasayfada ya da kategori sayfalarında kullanabilirsiniz.



≡ Tips | Relevancy

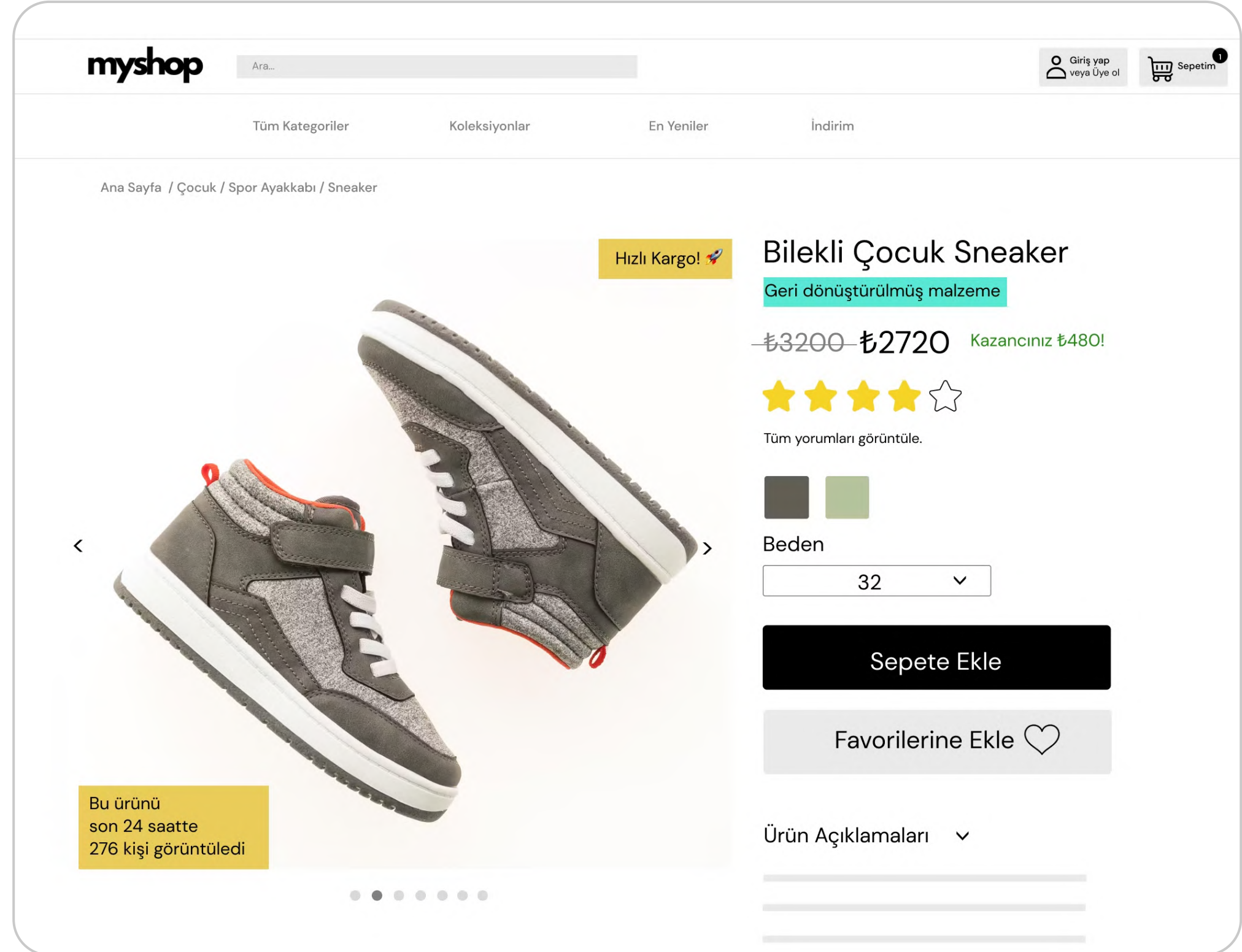
- PersonaClick Stories modülü ile storylerinizi panel üzerinden kolaylıkla oluşturabilir ve istediğiniz ürün ve sayfalara story üzerinde link verebilirsiniz.

Kategori sayfalarına Okula Dönüş kampanya bannerları yerleştirin



Ürün sayfalarında on-site marketing stratejileri kullanın

- **Ürünün öne çıkan özellikleri:** Geri dönüştürülmüş malzeme, %100 pamuk, vegan vb.
- **Ücretsiz** ya da **hızlı kargo** olan ürünleri vurgulayın.
- **Social Proof** ekleyin: Kullanıcı puanlarını ve yorumlarını gösterin. Ayrıca ürünleri son 24 saat içinde görüntüleyenler, sepetine ekleyenler, favorilerine ekleyenler gibi yönlendirmeler yapın.
- **İndirim** olan ürünlerde müşterinin kazancını görünür kılın.



Müşterilerinizle etkileşime geçmek ve üye olmayanlardan email toplamak için Gamification kullanın

- Çarkıfelek, kazıkazan gibi gamification kampanyaları kullanabilirsiniz.

Böylece;

- ✓ Kayıtlı kullanıcı sayınızı artırabilirsiniz.
- ✓ Ortalama sepet tutarlarını yükseltirsiniz.
- ✓ Ziyaret süresini uzatabilirsiniz.
- ✓ Değer sunabilirsiniz.



≡ Tips | Relevancy

- PersonaClick Gamification kampanyaları ile email ve telefon numarası toplayabilirsiniz.
- Bu kampanyalara katılan kullanıcılardan segmentler oluşturarak daha sonra farklı kampanyalarınız için hedefler oluşturabilir, özel iletişim çalışmaları yapabilirsiniz.

Doğru kitleye iletişim ve kişiselleştirme yapmak için segmentlerinizi belirleyin

Statik ve dinamik segment tipleri kullanarak müşteri datası ya da davranışları üzerinden farklı segmentler oluşturmak Okula Dönüş gibi spesifik alışveriş dönemlerinde yapılması gereken başlıca aksiyonlardan biridir. Ürünleriniz ve kampanyalarınız için doğru kitlelerle iletişim kurmak hem müşteri sadakati hem de dönüşüm oranlarınızı olumlu yönde etkiler.

Kullanabileceğiniz ve Çeşitlendirebileceğiniz Statik Segment Tipleri

- Yaş gruplarına göre segmentler
- Çocuğu olanlar (Çocuk kategorilerinden alışveriş yapmış olanlar)

Kullanabileceğiniz ve Çeşitlendirebileceğiniz Dinamik Segment Tipleri

- Geçen sene aynı dönemde belirli kategorilerden alışveriş yapanlar, sepetine ürün ekleyenler (Burada geçen sene bu alışverişini yapmış ve başka bir alışveriş yapmamış kullanıcılar olarak da özelleştirebilirsiniz.)
- Okula Dönüş, Black Friday gibi özel alışveriş dönemlerinde alışveriş yapanlar
- Özel dönem ve indirimlerde aktif olanlar
- Son 1 ayda sepetine belirli kategorilerinden ürün ekleyip almayanlar
- Son 2 ayda belirli kategorilerden ürünleri favorilerine ekleyenler
- Son 24 saat içinde belirli kategorilerden ürün görüntüleyenler

Segmentlerinizi Ads hedeflemesinde kullanın

Email veya **telefon numarası** datalarına sahip olduğunuz kullanıcıları Meta Ads ve Google Ads kampanyalarınıza ekleyerek daha iyi tanımlanmış hedef kitleleriyle reklam kampanyaları oluşturabilirsiniz.

- ✓ Kullanıcıların güncel alışveriş davranışları ve ilgi alanlarına göre **doğru hedefleme yapabilir,**
- ✓ **Satın alma eğilimi yüksek** kullanıcılara ulaşabilir,
- ✓ **Reklam bütçelerinizi optimize** edebilirsiniz.

New dynamic segment

* Segment name

test

Description

test

Purpose

For bulk email campaign

For bulk email campaign

For bulk web push campaign

For bulk mobile push campaign

For bulk SMS campaign

For bulk Telegram campaign

For bulk Whatsapp campaign

≡ Tips | Discovery

- **PersonaClick**'te oluşturduğunuz Dynamic Segment'leri **export** edebilirsiniz.
- Dynamic Segment oluştururken Purpose bölümünden yaptığınız seçim, segment içine sadece o iletişim kanalı için datası bulunan (email adresi, telefon numarası vb.) ve izinli kullanıcıları dahil eder.

Kayıt olmamış anonim kullanıcıları müşteriye dönüştürün

Kullanıcılar bu dönemde ihtiyaçlarına yönelik en uygun ürünleri bulmak için araştırma yapma eğilimindedir. Daha önce kaydolmamış kullanıcıların trafiği bu dönemde artabilir.

Anonim kullanıcılarınız için de ilk click'ten itibaren gezdikleri ürünler özelinde kişiselleştirilmiş ürün önerileri yapabilirsiniz.

Okula Dönüş kategorilerinizde ürün görüntüleyen anonim kullanıcıları kaçırmamak için;

- ✓ Pop-up ile promosyon kodu verebilir,
- ✓ Email bıraktıracak promosyon kodu tanımlayabilir,
- ✓ Gamification kullananlara indirim tanımlayıp hem kaydolmalarını hem de satın almalarını teşvik edebilirsiniz.

Tips | Leverage

PersonaClick, websitenize giren tüm cihazlar için bir user oluşturur. **O güne kadar anonim olan bir kullanıcı kaydolduğunda data birleştirme yapılır ve kaydedilen tüm data o kullanıcı altında birleştirilir.**

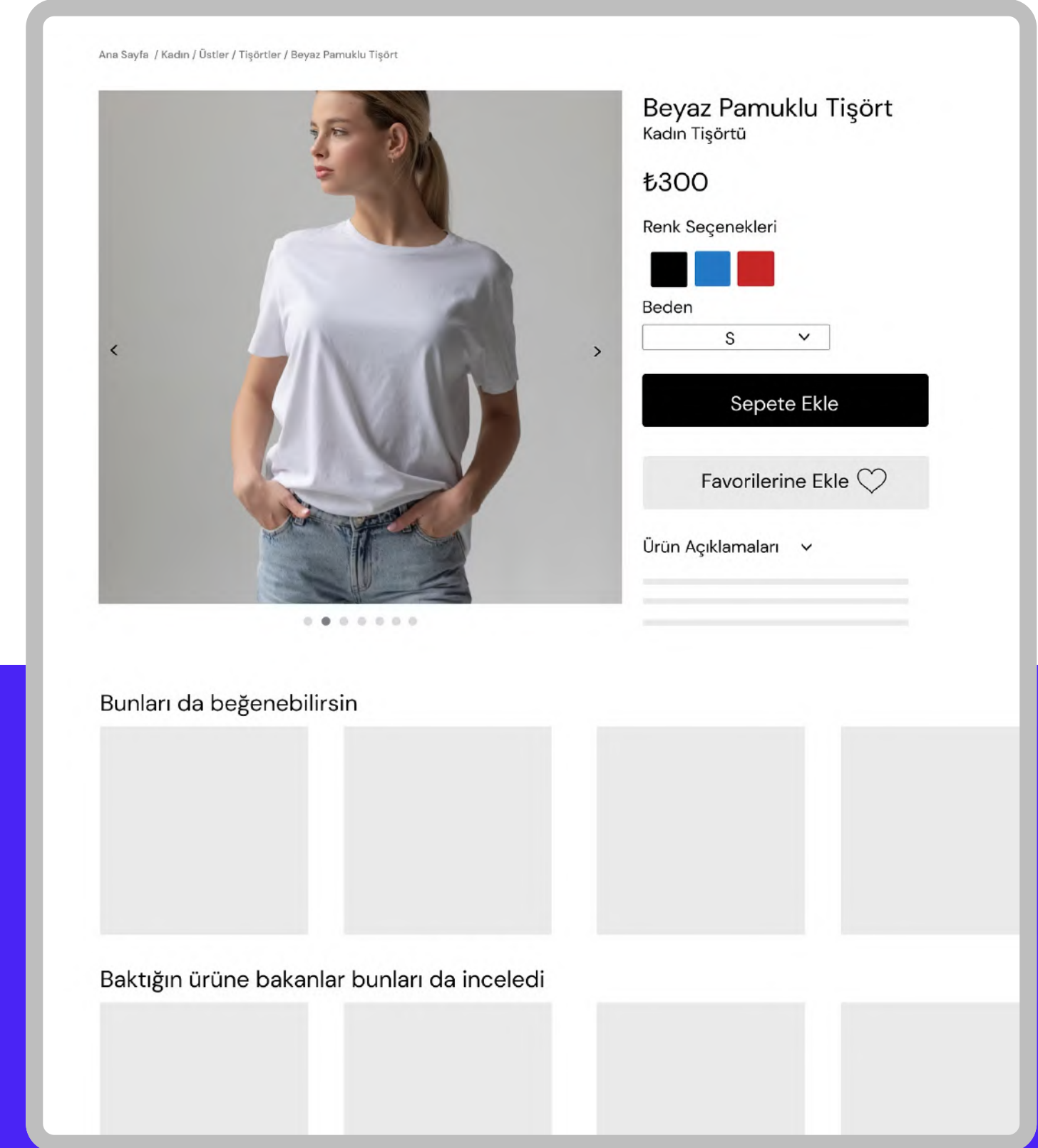
Örneğin 6 aydır sitenizde kaydolmadan gezinen kullanıcı hesap oluşturduğunda önceki ayların datası kaybolmaz. Böylece tüm davranışları ve eşlenen cihazları üzerinden en doğru kişiselleştirmeyi yapabilirsiniz.

Sayfa tiplerine göre ürün öneri widget'ları yerleştirin

Ürün sayfası (PDP), Kategori Sayfaları, Sepet Sayfası, Arama Sonuç Sayfaları, 404 gibi farklı sayfa tipleri için farklı ürün önerme widget kurguları hazırlayabilirsiniz.

- ✓ Kişiselleştirilmiş bir deneyim sunun
- ✓ Dönüşüm oranlarınızı artırın
- ✓ Ürün ve kategori görünürlüğünü artırın
- ✓ Ortalama sepet tutarını artırın

- Popüler ürünler
- En çok satanlar
- Birlikte alınan ürünler
- Kombini tamamla
- Bunları da beğenebilirsin
- Daha önce gezdiklerin
- Favorilerine eklediklerin
- Yeni koleksiyonlar
- Alternatif ürünler
- Bu ürüne bakan bunlara da baktı
- İlgili kategoriler



Okula Dönüş ürünleri için 'Birlikte Al' widget'ları kullanın

Ürün sayfalarında Birlikte Al widgetları kullanabilirsiniz.

Ürünleri birlikte alanlar için **indirim** ve **ücretsiz** kargo seçenekleri ekleyebilirsiniz.

Birlikte satın al, indirimlerle döneme kazançlı başla!



Laptop

~~₺18.800~~
₺17.899

+



Laptop Çantası

~~₺650~~
₺520

+



Bluetooth Mouse

~~₺750~~
₺579

=

~~₺20.200~~
yerine
₺18.998

Birlikte Sepete Ekle

Okula Dönüş ürünleri için Upsell widget'ları kullanın

Başarılı upsell kampanyaları için;

- Davranışsal verilere göre (geçmiş satın almalar, sepet tutarları, upsell kampanyalarından faydalananlar, memnuniyet vb.) segmentler yaratarak kampanya hedef kitlesini belirleyebilirsiniz.
- Upsell segmentlerinize girmeyen kullanıcılarınız için cross-sell kampanyaları gösterebilirsiniz.
- Upsell için sunduğunuz ürünlerin faydasını görsel ve yaratıcı bir şekilde göstermeniz kullanıcıların karar vermesini kolaylaştırır.

 Sepete eklendi!



Kırmızı Kapalı Çizgisiz Defter
₺70

 Sepetinizde **1** ürün var.
Sepet tutarı: **₺70**

Sepete Git

En sevdiğin defter tüm dönem seninle olsun diye 4'lü paketi alabilirsin!



Çizgisiz Defter 4'lü Paket
₺220

Kazancınız
₺50

Sepete Ekle

Sepette kasa önü fırsatları sunun

Sepete ürün ekleyen müşterileriniz için kasa önü fırsatları sunmak satın alma cazibesini artırır.

- Kasa önü fırsatları göstereceğiniz ürünleri belirlediğiniz segmentlere göre özelleştirebilir ve bireysel düzeyde kişiselleştirebilirsiniz.
- Satışını atırmak istediğiniz kategori ve ürünleri kullanabileceğiniz gibi davranışsal verilere göre kullanıcının daha önce görüntülediği ürün ve kategorilerden, favorilediği ürünlerden seçebilirsiniz.

 Sepete eklendi!



Nemlendirici Vücut Losyonu
₺150

 Sepetinizde **1** ürün var.
Sepet tutarı: **₺150**

Sepete Git

Günün indirimleri!



El Kremi
~~₺150~~ **₺120**

Sepete Ekle



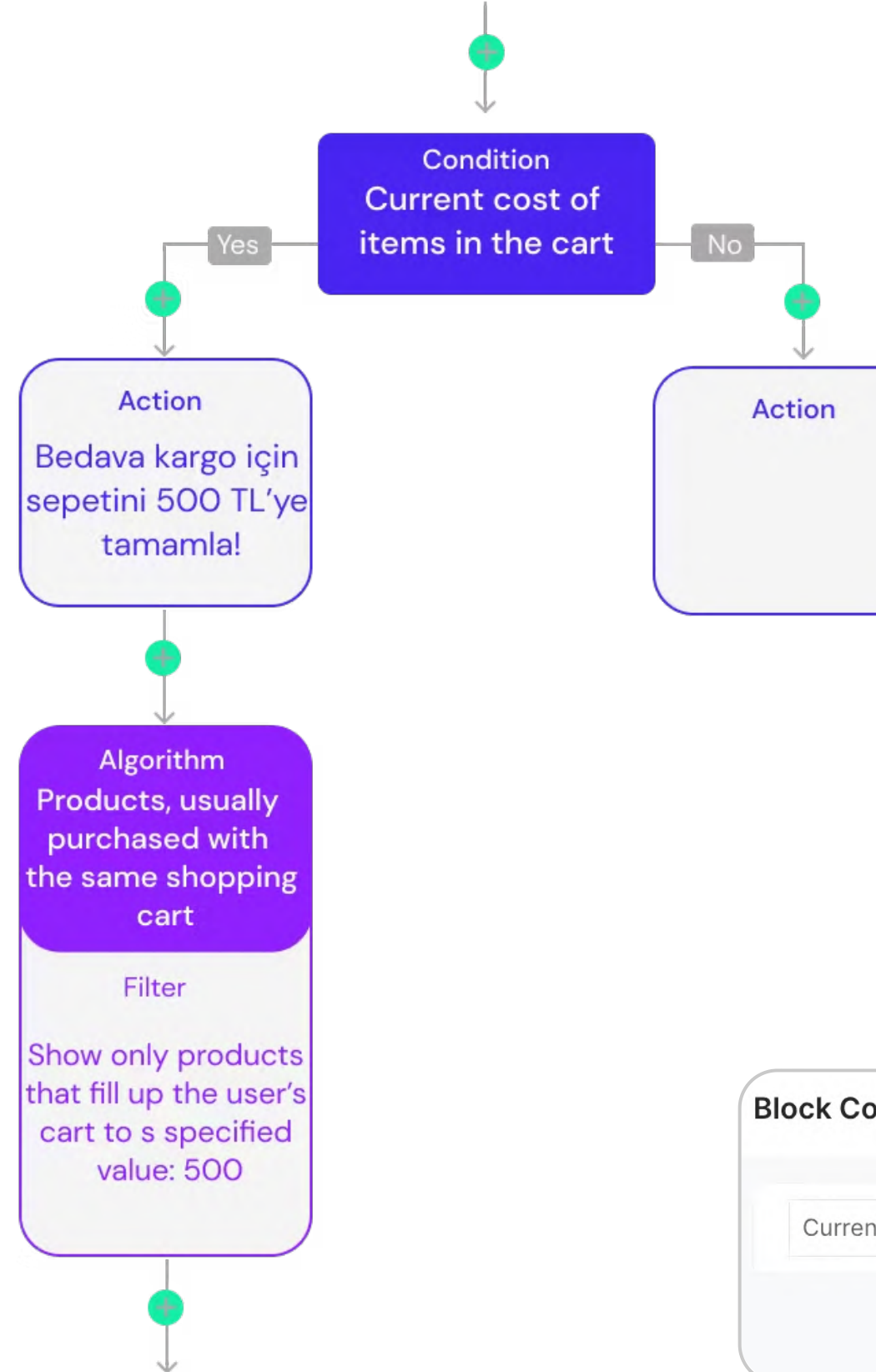
Saç Bakım Seti
~~₺370~~ **₺320**

Sepete Ekle

Sepette ücretsiz kargo için belirlenen harcamaya tamamlayacak ürünler önerin

Sepetine ürün atarak satın almayı tamamlamak üzere olan kullanıcılara ücretsiz kargo fırsatı için ürün ekletebilirsiniz. Böylece;

- ✓ Ortalama sepet turarını artırabilirsiniz.
- ✓ Önerdiğiniz ürünleri ve kategorileri belirlediğiniz kurallara göre seçebilirsiniz.



Tips | Relevancy

- Ücretsiz kargo için belirlediğiniz limiti girerek sadece o limite tamamlayan ürünleri widget ile gösterin.
- Göstereceğiniz ürünlere siz karar verebilir ve istediğiniz ürün kategorisini ya da kullanıcının davranışsal verisini kullanabilirsiniz.

Block Condition

Current cost of items in the cart

Less than

500

AND

OR

Cancel

OK

Ürünlerinizi Okula Dönüş konseptine uyarlayarak ürün önermeleri yapın

Markanızın sahip olduğu ürünleri de Okula Dönüş konseptine uyarlamak sizin elinizde. Kreatif çalışmalarınızı ürün önermeleri, email, push gibi kampanyalar ile birleştirerek Okula Dönüş döneminden faydalanabilirsiniz.

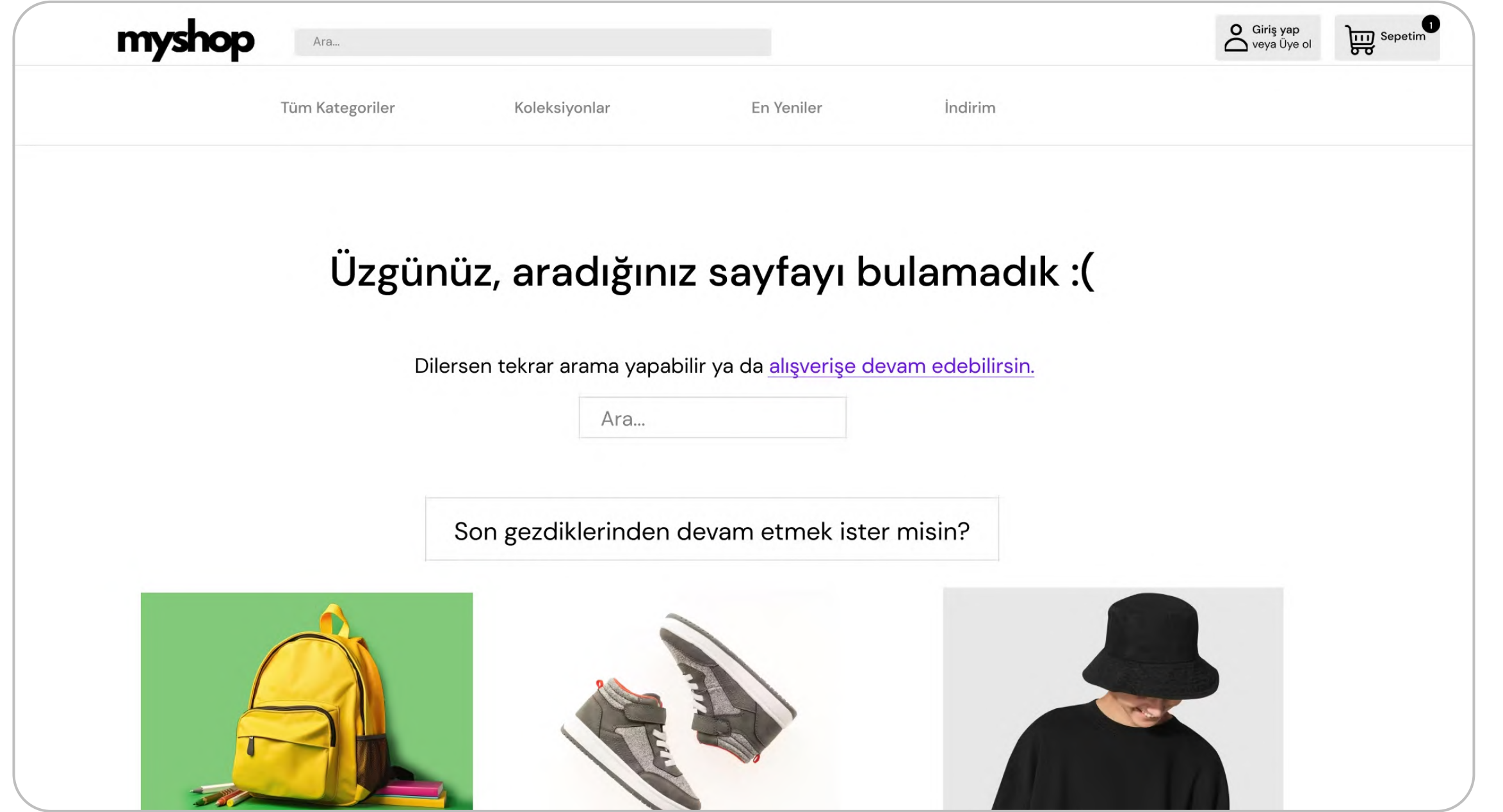
- Evcil hayvan ürünleri: "Onların evi de okulu da sizsiniz :)" gibi bir yaklaşım ile evcil hayvanlarının ihtiyaçlarına yönelik kampanyalar
- Okula yakın oturup evden çalışanlar için gürültü engelleyici kulaklıklar
- Blender ve meyve sıkacakları: Çocuğunuz ders öncesi, siz de çocuklar okuldan dönmeden enerji depolayın.
- Robot süpürge: Çocuklar okuldan gelene kadar ev temizliği robota emanet.
- Perdeler: Okul döneminde sağlıklı bir uyku için karartma perdeler vb.
- Güvenli prizler: Güvenlik her zaman birinci kuralımız vb.
- Buzdolabı vb: Karşınızda gördüğünüz buzdolabının kapağı bu dönem çocuğunuzun en güzel resimlerini bekliyor. Üstelik geniş iç hacim ve enerji tasarrufu ile... şeklinde konseptte uygun iletişimler.
- Sağlıklı atıştırmalıklar, temizlik malzemeleri gibi ebeveynler için kurgulanmış kampanyalar.

404 ve Arama sonuçlarındaki No Result sayfalarını optimize edin

404 ve No Result sayfasıyla karşılaşan kullanıcılarınız için sayfayı boş bırakmak yerine;

- Popüler ürünleri gösterebilir
- Kişiselleştirilmiş bir şekilde son gezdikleri ürünleri ekleyebilir
- Yönlendirmek istediğiniz kategoriler veya ürünleri gösterebilir
- Aradıklarını bulmaları için buraya da bir arama kutusu ekleyebilir
- Email toplamak için kullanabilir ve kayıt olanlar için indirim tanımlayabilirsiniz.

- ✓ Terk etme oranlarını düşürebilir ve satın alma yolculuğunu devam ettirebilirsiniz.

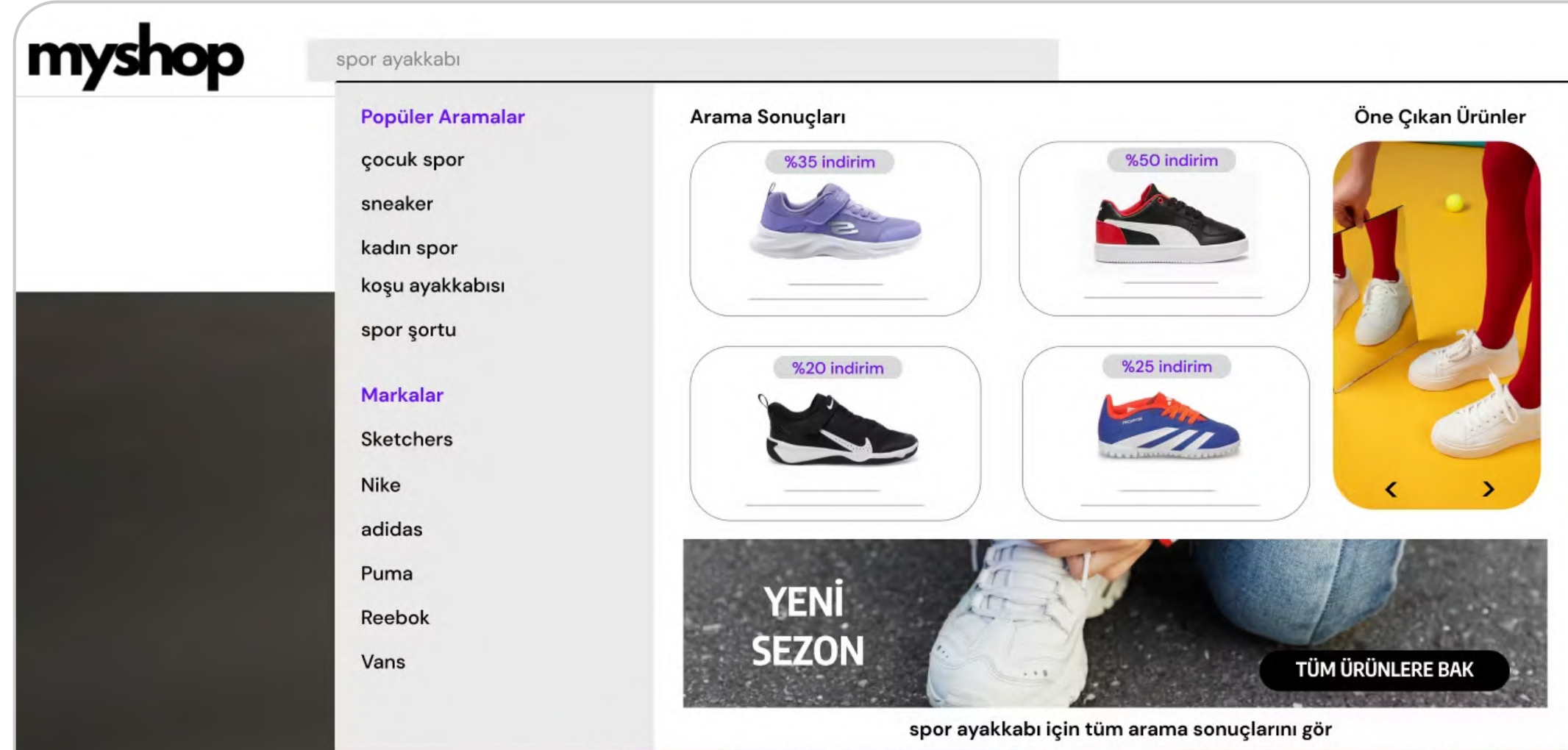


Arama kutusunu Okula Dönüş için özelleştirin ve kişiselleştirin

Web sitenize gelerek ilk önce arama kutusuna giden kullanıcılar, istedikleri ürün konusunda kesin bir fikre sahip, hızla o ürüne ulaşmak isteyen ve satın alma niyeti yüksek olan kullanıcılardır. Bu noktada iyi bir arama deneyimi sunmak kullanıcının sepete ulaşma yolcuğunu kısaltır.

Arama kutusunda;

- İstedığınız kategorileri öne çıkarabilir,
- Arama kutusuna metin girilmeden anında sonuç göstermeye başlayabilir,
- Anında gösterdiğiniz sonuçlarda belirli marka, ürün ya da indirimli ürünleri önceliklendirebilir,
- Popüler aramaları ekleyebilir,
- Banner ekleyebilir,
- Tüm arama deneyimini kişiselleştirebilirsiniz.



Ürün aramalarını yazım yanlışları ve benzer ifadeler için optimize edin

Web sitenizdeki arama alanı, dönüşüm anlamında en değerli aksiyon alanlarından biridir.

- Ürünlerinizi ve kategorilerinizi yazım yanlışları, farklı ürün adı kullanımları ve sonuç vermeyen aramalar için optimize etmeniz oldukça önemlidir.

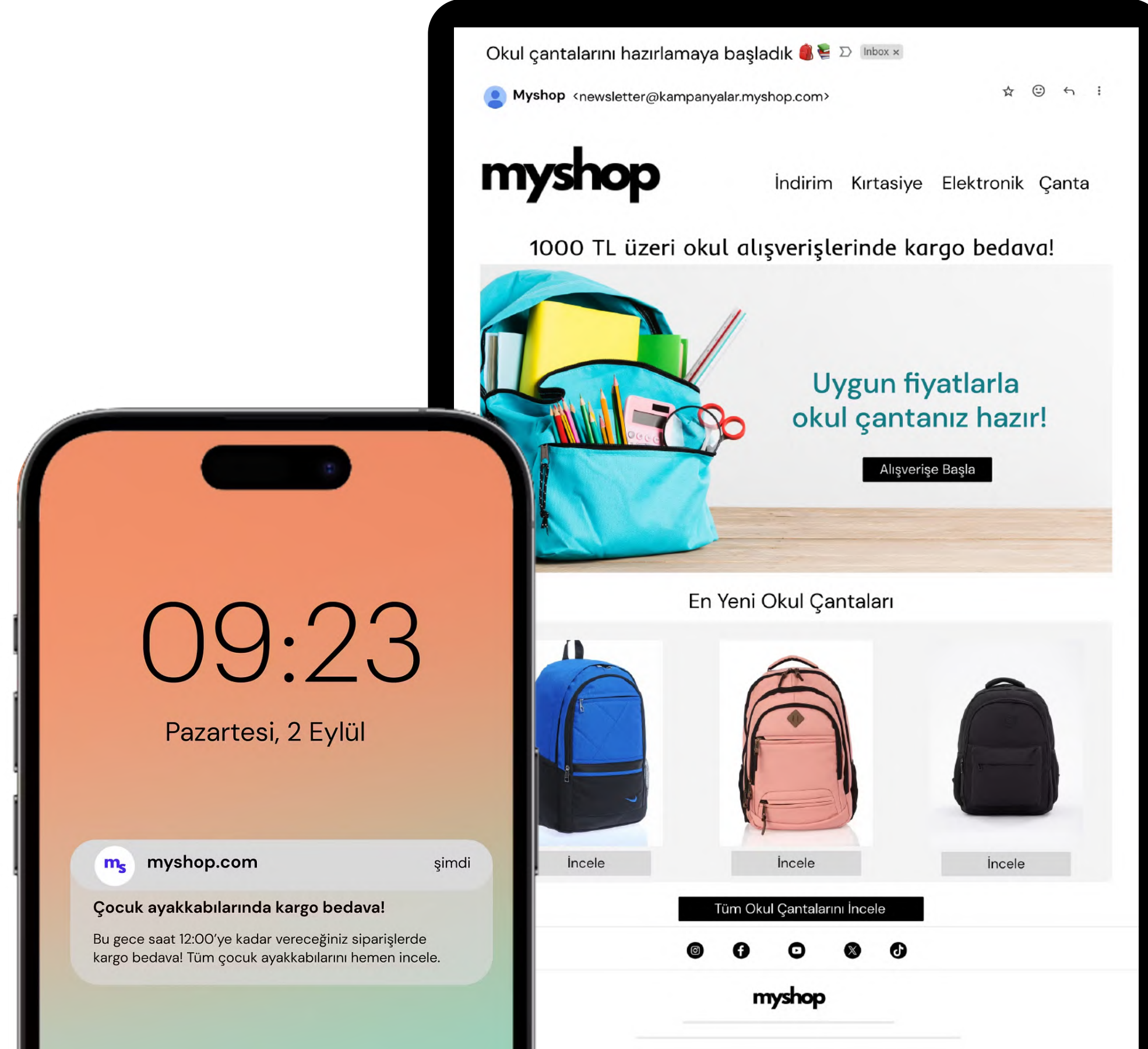
* Query
* Synonym
Synonym type
Equivalent
Equivalent
Replacing

≧ Tips | Relevancy

- PersonaClick Personalized Search ile arama kutusunda 2 harfe kadar olan yazım yanlışlarında bile doğru sonuç gösterebilirsiniz.
- Ayrıca panelden popüler aramaları görebilir, yanlış yazımlar ve aynı ürün için kullanılan farklı ifadeler için Synonym ekleyebilirsiniz.
- İade, kategori gibi aramalar için doğrudan sayfa linki verebilirsiniz.
- Böylece kullanıcıların her zaman doğru sonuçlara ulaşmasını sağlayabilirsiniz.

Email & Web/Mobile ve App Push & SMS

- **Email, web/mobile push, app push ve SMS** gibi sahip olduğunuz kanallardan etkin kampanya iletişimi gerçekleştirmek müşterileri harekete geçirmek için oldukça etkilidir.
- Back-to-school dönemi için kampanyalarınızı mutlaka kanal iletişimi ile birlikte kurgulayın.
- Bulk gönderimlerin yanı sıra oluşturduğunuz statik ve dinamik segmentlere özel gönderim planlamaları yaparak doğru kitleye doğru ürünleri gösterin.



İletişim kampanyalarınız için baştan sona dönemsel bir akış belirleyin

satış öncesi

Okula Dönüş dönemi habercisi: Kullanıcılarınıza dönemin ve ihtiyaçlarının farkına vardırarak ve ilgilerini çekmek için kurgulayacağınız iletişimdir.

Kampanyalar, indirimler: Doğrudan satışa yönelik hazırlayacağınız bu iletişim çalışmaları kampanyalarınızı duyurmak, ilgili kategori ve ürünlerinizi duyurmak için önem taşır.

Kişiselleştirilmiş öneriler: Bazı kullanıcılar ilk iki kampanyaya ilgi gösterse de satın alma yapmayabilir. Bu noktada gezdikleri, görüntüledikleri, favoriledikleri ya da sepete atıp almadıkları kategoriler ve ürünlere özel kişiselleştirilmiş ürün önermeleri yapabilirsiniz.

Son fırsatlar: Kampanya dönemi sonuna yaklaşırken kullanıcıların fırsatları kaçırmaması için yeniden bir iletişim çalışması yapabilirsiniz. Burada hiç satın alma yapmamış kullanıcıları ya da müşteri datasına ve davranışsal dataya göre segmentler yaratarak satın alma eğilimi yüksek kullanıcılarınıza ulaşabilirsiniz.

Son Gün: Son fırsatlara benzer bir şekilde FOMO etkisi yaratmak üzere son bir hatırlatma yapabilirsiniz.

İletişim kampanyalarınız için baştan sona dönemsel bir akış belirleyin

satış sonrası

Satış sonrası teşekkür ve kupon: Transactional iletişimden farklı olarak planlayacağını bu iletişimlerde bu dönemde satın alma yapmış, belli sepet tutarlarına ulaşmış müşterilere teşekkür ederek belirli kategoriler ve sürelerde geçerli kuponlar tanımlayabilirsiniz. Satın alınan ürünleri okul döneminde kullanırken sosyal medyada sizi paylaşmaya teşvik edebilirsiniz.

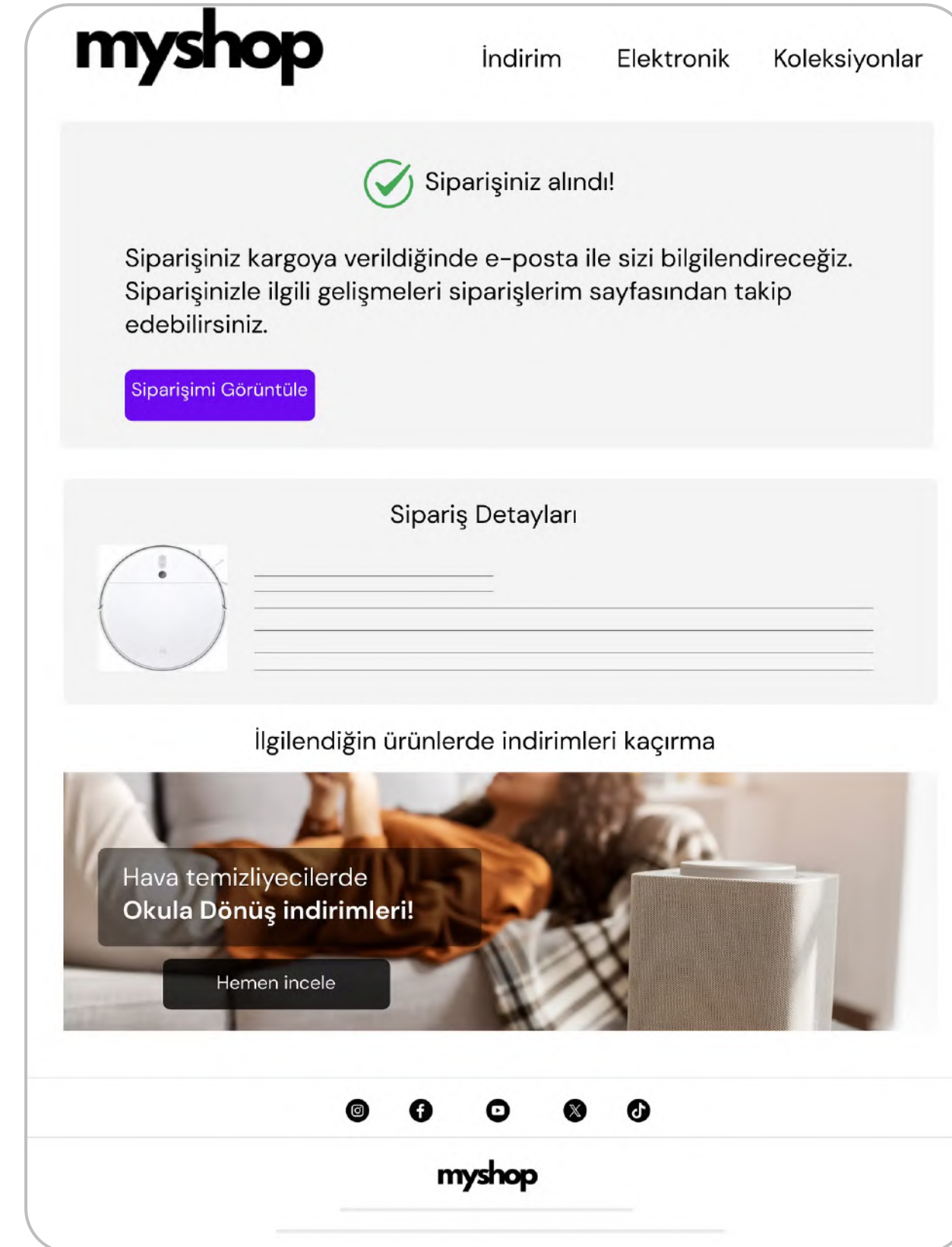
Okul açıldığında: Okullar açıldıktan bir süre sonra gönderimini yapabileceğiniz bu iletişim çalışmasında ise yeni okul dönemi için başarılar dileyebilir, okul döneminde yardımcı olacağını düşündüğünüz blog vb içerik çalışmalarını paylaşabilirsiniz.

Okul açıldığında: Sosyal medyada ürünlerinizle paylaşım yapanları görsel olarak kullanabilir ve etkileşimi artırmak için kullanabilirsiniz.

Bulk, transactional, otomasyon emaillerine kişiselleştirilmiş ürün önerileri ekleyin

Transactional ya da sepette ürün unuttun gibi otomasyon emaillerinde Okula Dönüş kampanyalarını ve kişiselleştirilmiş ürün önerileri sunmaya devam edebilirsiniz.

- Kişiselleştirilmiş ürün önerilerinde Okula Dönüş kampanyalarınızdan kategori, ürün görüntüleyen, favorilere ekleyen ancak satın alma yapmayan kullanıcılarınızı hedefleyebilirsiniz.



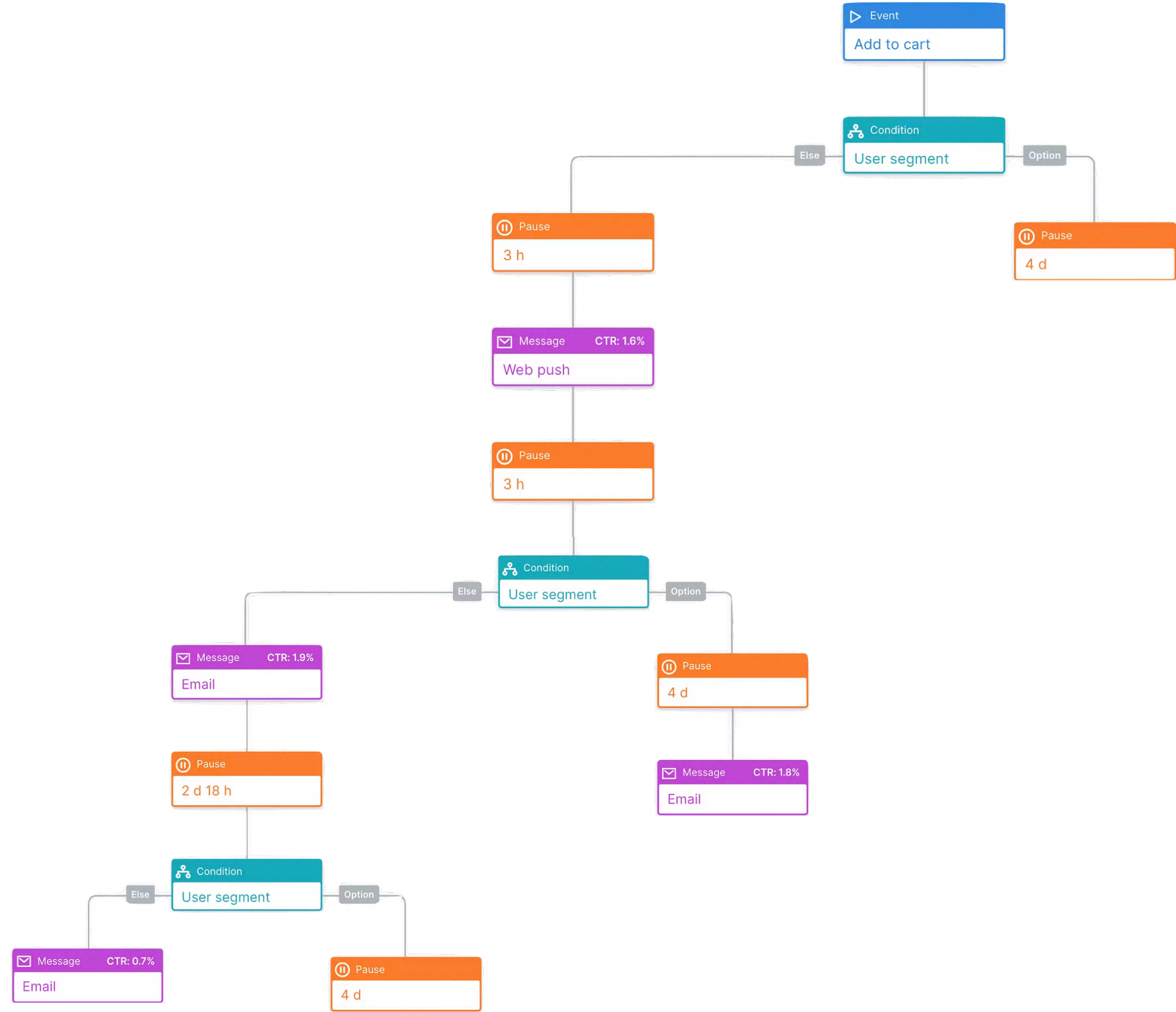
Otomasyon

Davranışsal verilere göre kullanıcılarınızla yapacağınız iletişimleri otomasyon ile optimize edebilirsiniz.

Kullacabileceğiniz senaryolar;

- Sepette ürün bırakanlar
- Ürün sayfası görüntüleyen ama satın almayanlar
- Kategori sayfası görüntüleyen ama satın almayanlar
- Wishlist'e eklenen ürünlerde indirim
- Stoğa geri gelenler
- Aylık kullanıcı aktifliği

Burada davranışsal verilere ve kampanyalara göre email, web/mobil push, app push ve SMS gibi iletişim kurgularını otomatize edebilirsiniz.



Web/Mobil ve App Push'larda Segmentlere göre iletişim dilinizi özelleştirin

Push izni olan kullanıcılarınızla kişiselleştirilmiş mesajlarla iletişim kurarak harekete geçmelerini sağlayın.

Doğrudan kullanıcıya ulaştığınız push kampanyalarınızda segmentlerinizi derinleştirken iletişim dilinizi de kişiselleştirmeniz kullanıcılarınızla bağ kurmak ve onları aktive etmek için önem taşır.

- ebeveynler
- üniversite öğrencileri
- indirim avcıları
- gece alışverişçileri
- kişisel ilgi alanları gibi kırımları kullanabilirsiniz.

 myshop.com şimdi

Gece Yarısı Fırsatı!
Yalnızca bu geceye özel, %30'a varan indirimler seni bekliyor! Uyumadan önce göz at!

 myshop.com şimdi

Okul dönemi başlarken gözlerine iyi bak
En kaliteli ve şık gözlük modelleri en iyi fiyatlarla seni bekliyor. Geleceği bugünden yakala!

 myshop.com

Aynı gün kargo! Okul alışverişi için geç kalmadınız.
Bugün saat 14:00'e kadar vereceğiniz siparişleriniz hemen kargoda!

 myshop.com şimdi

Kampüs kombinlerin için en şık etekleri incele!
Ders öncesi ne giyeceğini düşünmemek için şimdiden kombinlerini yapma

5

Dönemsel Kampanyalar

İndirim Kampanyaları

Okula dönüş döneminde indirim kampanyaları hedef kitlenizin ilgisini çekmek ve satışlarınızı artırmak için büyük bir önem taşır.

- Hoşgeldin indirimi
- Kategorilerde indirim
- Ürünlerde indirim
- Markalarda indirim
- Sınırlı süreli indirim
- 24 saatlik günün indirimleri
- Gece indirimleri
- Sepette indirim
- Daha çok harca daha çok kazan indirimleri
- Sadık müşteriler için indirim
- Küçük hediyeler

“Başarılı sonuçlar veren indirim türlerinden biri de **stratejik ürünlerde agresif indirim** kampanyaları düzenlemek. Markası, modeli belli bir üründe dikkat çekici bir indirim kampanyası gerçekleştirdiğinizde doğrudan ürünle ilgilenen, o markayı seven ve takip eden kullanıcılar için oldukça dikkat çekici ve avantajlı bir teklif sunmuş olursunuz. Ürün bazlı bu indirimi limitli süre ile birleştirerek kullanıcıları fırsatı kaçırmadan hızlı bir şekilde satın almaya yönlendirebilirsiniz.

”

Beyza Lafcı

Customer Experience Executive

PersonaClick

Avantajlı Kargo Fırsatları

Hızlı ya da ücretsiz kargo seçenekleri sunarak kullanıcılarınızı satın alma kararına destek olabilirsiniz.

- Hızlı, aynı gün kargo ya da ücretsiz kargo seçenekli ürünler için kategoriler oluşturabilirsiniz
- Avantajlı kargo fırsatı sunan ürünlere badge ekleyebilirsiniz.
- Belirli bir harcama üzerine kargo bedava ise bunu web sitenizde bildirim barı ya da pop-up şeklinde görünür kılabilirsiniz.

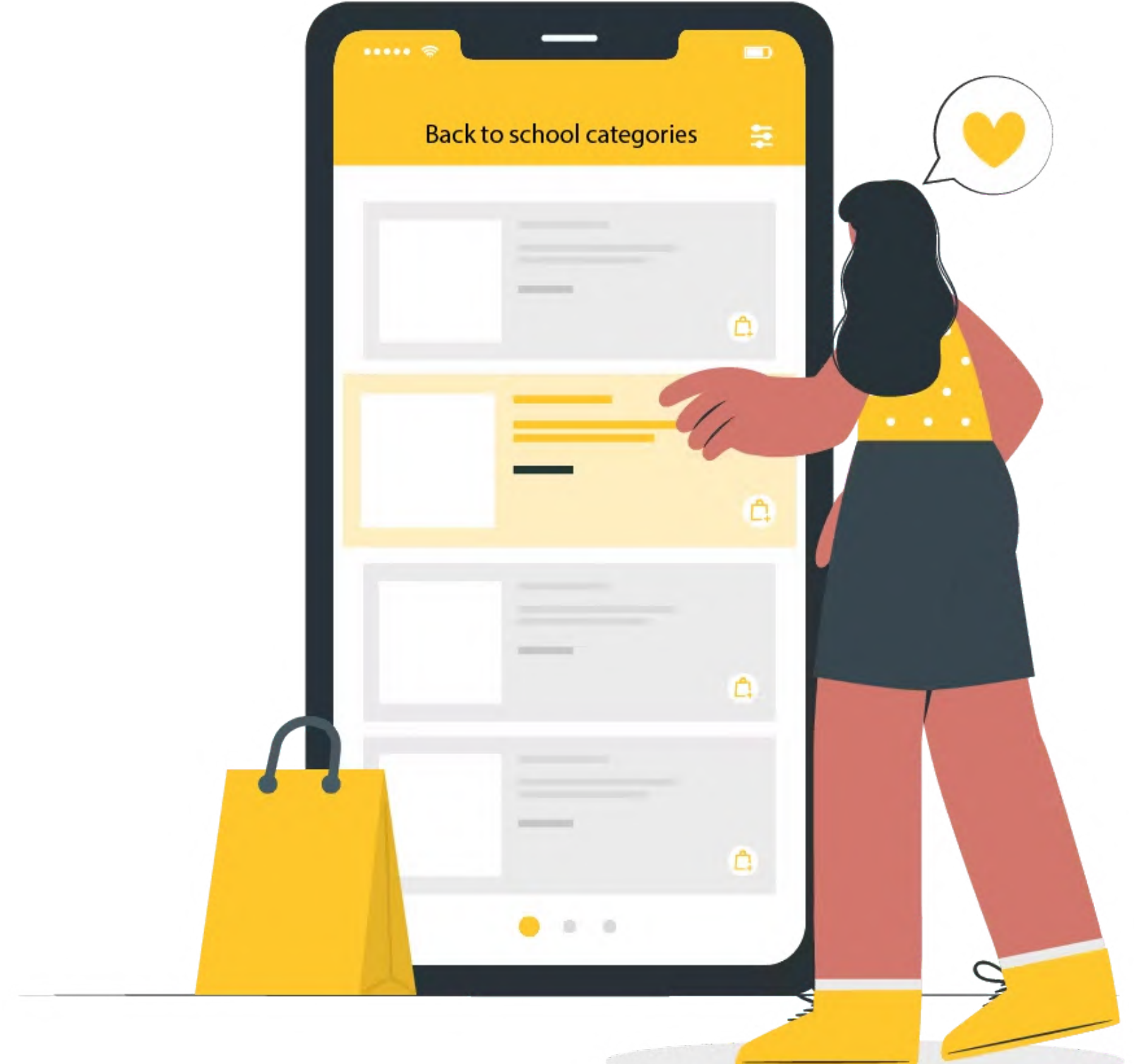


Alışveriş listeleri oluşturun

Markanızın sahip olduğu Okula Dönüş ürün kategorilerini kapsayacak şekilde alışveriş listeleri oluşturabilirsiniz.

Böylece kullanıcıların [sitenizde bulabilecekleri ürünlerin hepsini eksiksiz listelemiş](#) ve kullanıcılarınız için kolay ulaşılabilir kılmış olursunuz.

- Alışveriş listesini web sitenizde bir landing page oluşturarak paylaşabilirsiniz.
- Kategorileri içeren email gönderimi yapabilirsiniz.
- Arama kutusunda ilgili kategorileri öne çıkarabilirsiniz.



Öğretmen ve öğrencilere özel kampanyalar düzenleyin

Okula dönüş döneminde alışveriş listeleri net olan ve avantajlı fiyatlardan yararlanmak isteyen öğretmen ve öğrencilere özel kampanyalar düzenleyebilirsiniz.

- Fiyat aralığı nispeten yüksek olan teknolojik aletler için öğretmen ve öğrencilere yönelik kampanyalar düzenleyebilirsiniz.
- Belirli ürünleri bir araya getiren okula dönüş paketleri oluşturabilirsiniz.
- Öğretmen ve öğrencilere hediye almak isteyenler için kategoriler ve paketler oluşturabilirsiniz.



Checklist

- ☒ Websitesi, mobil ve app'iniz için temayı, kategorilerinizi ve bannerları özelleştirin ve sayfalarınızı optimize edin.
- ☒ Müşteri datası ve davranışsal verilere göre segmentlerinizi belirleyerek hedefleme yapın.
- ☒ Email, push gibi iletişim kampanyalarınızı stratejik bir şekilde planlayarak trafik çekin.
- ☒ Gelen trafiği dönüştürmek için Search, Product Recommendation, Stories ve On-site Marketing kampanyalarınızı optimize edin.
- ☒ Otomasyon kurgularıyla dönüşüm oranlarınızı artırın.
- ☒ Hedef kitlenize yönelik dönemsel kampanyalarınızı indirim ve avantajlı kargo seçenekleriyle destekleyin.
- ☒ Kullanıcılarınızı tanıyarak satın alma yolcuğunu iletişim dilinden alışveriş deneyimine kişiselleştirin.



Değişimden korkmayın.
Değişimin kendisi olun.

www.personaclick.com | sales@personaclick.com

Copyright ©2026 PersonaClick. Tüm hakları saklıdır.