



The image features a man and a woman standing in front of a purple background. The woman on the left is holding a tablet displaying a line graph. The man on the right is pointing towards a digital marketing icon. The background includes several floating icons and text elements:

- A shopping cart icon with the text "SEPET 2 ÜRÜN" (Shopping Cart 2 Items).
- A smartwatch icon with a "SATIN AL" (Buy) button.
- A bell icon with the text "YENİ SİPARİŞİ" (New Order).
- A line graph icon with the text "DÖNÜŞÜM ORANI %25" (Conversion Rate 25%) and "HAFTALIK BÜYÜME" (Weekly Growth).

Sepet Terk Azaltma Senaryoları ve Otomasyon Kurguları

Satın almaya meyilli olan kullanıcıları doğru anda geri kazanmak

E-ticarete en büyük fırsat kayıplarından biri, sepete ürün ekledikten sonra alışverişini tamamlamayan kullanıcılarda ortaya çıkar. Sepeti terk eden kullanıcılar, satın almaya en yakın kitlelerden biridir. Ancak doğru zamanda ve doğru içerikle geri dönülmediğinde bu satın alma isteği zamanla azalır ve markalar için gelir kaybına ve büyük bir fırsat maliyetine dönüşür.

Sepet terk azaltma senaryoları ve otomasyon aksiyonları, bu kullanıcıları hızlı ama dengeli bir şekilde yeniden alışverişe yönlendirmek için kurgulanır. Amaç kullanıcıyı zorlamak değil, karar sürecini kaldığı yerden doğru zamanda, doğru mesajla ve doğru iletişimle devam ettirmektir.



Kurguların temel amacı

Etkili bir sepet terk kurgusu, satın almaya çok yaklaşmış kullanıcıları geri kazanmayı hedefler. Aynı zamanda gelir kaybını minimize ederken marka ile kullanıcı arasındaki bağı da korur.

Bu yapı, sürekli indirim sunmaya dayanmaz. Bunun yerine doğru zamanlama, kişiselleştirme ve **bağlama uygun teşviklerle dönüşüm sağlamayı** amaçlar. Zamanla bu yaklaşım, indirim bağımlılığı oluşturmaktan satış kazanılmasını mümkün kılar.

Kurguların gelir ve dönüşüm için önemi

E-ticarete sepet terk oranları genellikle yüzde 60 ile 80 arasındadır. Buna rağmen sepeti terk eden kullanıcılar, en yüksek satın alma niyetine sahip gruptan biridir. Doğru kurgulanan sepet terk iletişimleri, genel kampanyalara kıyasla daha yüksek dönüşüm ve gelir üretir. Aynı zamanda kullanıcı deneyimini iyileştirir ve tekrar alışveriş ihtimalini artırır. Buradaki kritik nokta, kullanıcıyı rahatsız etmeden hatırlatma yapabilmektir. Mesajlar baskı yaratmak yerine karar vermeyi kolaylaştırmalıdır.



Dengeli ve sürdürülebilir bir yaklaşım

Başarılı bir sepet terk kurtarma otomasyon senaryosu, denge üzerine kuruludur. Öncelikle doğru segmentasyon, sonrasında iletişim kanallarının doğru seçimi, akabinde zamanlamanın doğru kurgulanması ve uygun mesajların uygun senaryoya eklenmesi gerekir. Doğru segmentasyon, doğru zamanlama ve doğru kanal bir araya geldiğinde hem satış geri kazanımı sağlanır hem de marka algısı korunur. Kullanıcı, kendisini takip edilen değil, hatırlanan biri olarak hisseder. Bu yaklaşım, kısa vadeli dönüşümlerin ötesinde sürdürülebilir büyümeye katkı sağlar.



PlayBook

Sonuç

Sepet terk kurguları, minimum maliyetle maksimum gelir yaratmanın en etkili yollarından biridir. Dikkatle tasarlanmış bir otomasyon kurgusu, müşteri adaylarının yaşadığı satın alma kararsızlığını aksiyona dönüştürür ve satın alma isteğini gerçek satışa taşır.

PersonaClick ile segmentasyon, kanal seçimi, mesajı kişiselleştirme ve otomasyon bağlamında uçtan uca bir şekilde bu süreci yönetebilirsiniz.

Demo Talep Edin

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

personaclick.com

