



Sevgililer Günü Kampanya Stratejileri

Türkiye'de Sevgililer Günü

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Sevgililer Günü Türkiye'de de sevilen özel günlerden biri. Son yıllarda ilginin ve özellikle online satışlara olan katkısının ölçümlenebilecek düzeyde arttığı da bir gerçek. Dolayısıyla markaların bu dönemde planlayacağı kampanyalar ve pazarlama çalışmaları önem kazanmış durumda.

Türkiye'de sevgilisi olan yetişkinlerin;

%65

Hediye almayı
planlıyor.

%4

Kararsız.

%32

Hediye almayı
planlamıyor.

%100

2011-2021 yılları arasında Türkiye'de Sevgililer Günü döneminde yapılan alışveriş hacmi %100 arttı. ([Kaynak](#)).

İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Konya Sevgililer Günü döneminde en çok alışveriş yapan iller. ([Kaynak](#)).

Kaynak: IPSOS MORI

Websitenizde Sevgililer Günü Atmosferi

Sevgililer Günü İçin Websitenizi Hazırlayın

Sevgililer Günü döneminde web sitenize gelen trafiği avantaja çevirin.

Kullanıcılarınızın web sitenize geldiğinde kampanyalarınızdan ve hediye olarak alabilecekleri ürünlerinizi fark ettiğinden emin olun.

- ♥ Sevgililer Günü için belirli bir renk paleti kullanarak ürünleri ve kampanyaları görünür kılın.
- ♥ Header'da kullanacağınız bannerlar ile ilgili kategorilere yönlendirmeler yapın.
- ♥ Hediye olarak satın alınabilecek ürünleriniz için ayrıca "hediye rehberi" landing page'leri ya da "[www.store.com/kadınlar-icin-hediyeler](#)" gibi kategori sayfaları oluşturun.
- ♥ Landing page, banner ya da ürün açıklamalarında kullandığınız metinleri müşterilerinizle bağ kuracak şekilde düzenleyin.

Sevgililer Günü Kampanyalarınızı Farklı Kitleler İçin Genişletin

Sevgililer Günü'nde ana hedef kitle çiftler olsa da kampanyalarınızı farklı kitlelere göre genişletmek dönüşüm oranlarınızı artıracaktır.

Kendilerine hediye almak isteyenler

Sevgililer Günü, bu dönemde kendine hediye almak isteyenlerin de alışveriş yaptığı bir dönem. Yapılan araştırmalara göre tüketicilerin bir kesimi bu dönemde kendini şımartacak hediyeler almak üzere alışveriş yapmayı planlıyor.

Arkadaşlarına / yakınlarına hediye almak isteyenler

Özellikle kadınlar arasında arkadaşların birbirlerine hediye alması da Sevgililer Günü döneminde oldukça yaygın bir durum. Markanız ve ürünlerinize göre bu bakış açısıyla da kampanyalar yapabilirsiniz.

Anti-Sevgililer Günü Hediyeleri

Sevgililer Günü'nün sevenleri kadar sevmeyenleri de olduğundan marka stratejinize ve ürünlerinize göre anti ürünler de öne çıkarılabilir. Eğlenceli bir iletişim diliyle kitlenizle iletişim kurabilir ve doğru kitleyle marka bağınızı güçlendirebilirsiniz.

Kullanıcı Profillerine Göre Hedef Kitleler

Markanızı seven, sıklıkla alışveriş yapan ve sepet ortalamaları yüksek müşterilerinize özel iletişimler ve kampanyalar sunarak kendilerine ya da sevdiklerine hediye alma konusunda onları harekete geçirebilirsiniz.

Sepette ürün bırakan kullanıcıları geri döndürmek dönüşüm oranlarını artırmak için oldukça önemlidir. **Otomasyonlar** kurarak bu kullanıcıları hızlı bir şekilde satın almalarını tamamlamaya teşvik edebilirsiniz.

Hediye almayı son dakikaya bırakanlar azımsanamayacak kadar geniş bir kitle olabilir. Kampanya içeriklerinizi ve mesaj dilinizi bu kitle için özelleştirebilir, özellikle **hızlı kargo** gibi seçeneklerle onları içinden çıkamadıkları bir durumdan kurtarabilirsiniz.

Sadık /VIP
kitle

Sepette
Ürün Bırakanlar

Son
Dakikacılar

Onsite Kampanyalarınızı Segmentlere Göre Özelleştirin

Yeni Kullanıcılar

Yeni gelen kullanıcılar için websitenizde **pop-up, kupon ya da gamification** kampanyaları kurgulayarak hem kaydolmalarını hem de satın alma yapmalarını sağlayın.

Geri Gelen Kullanıcılar

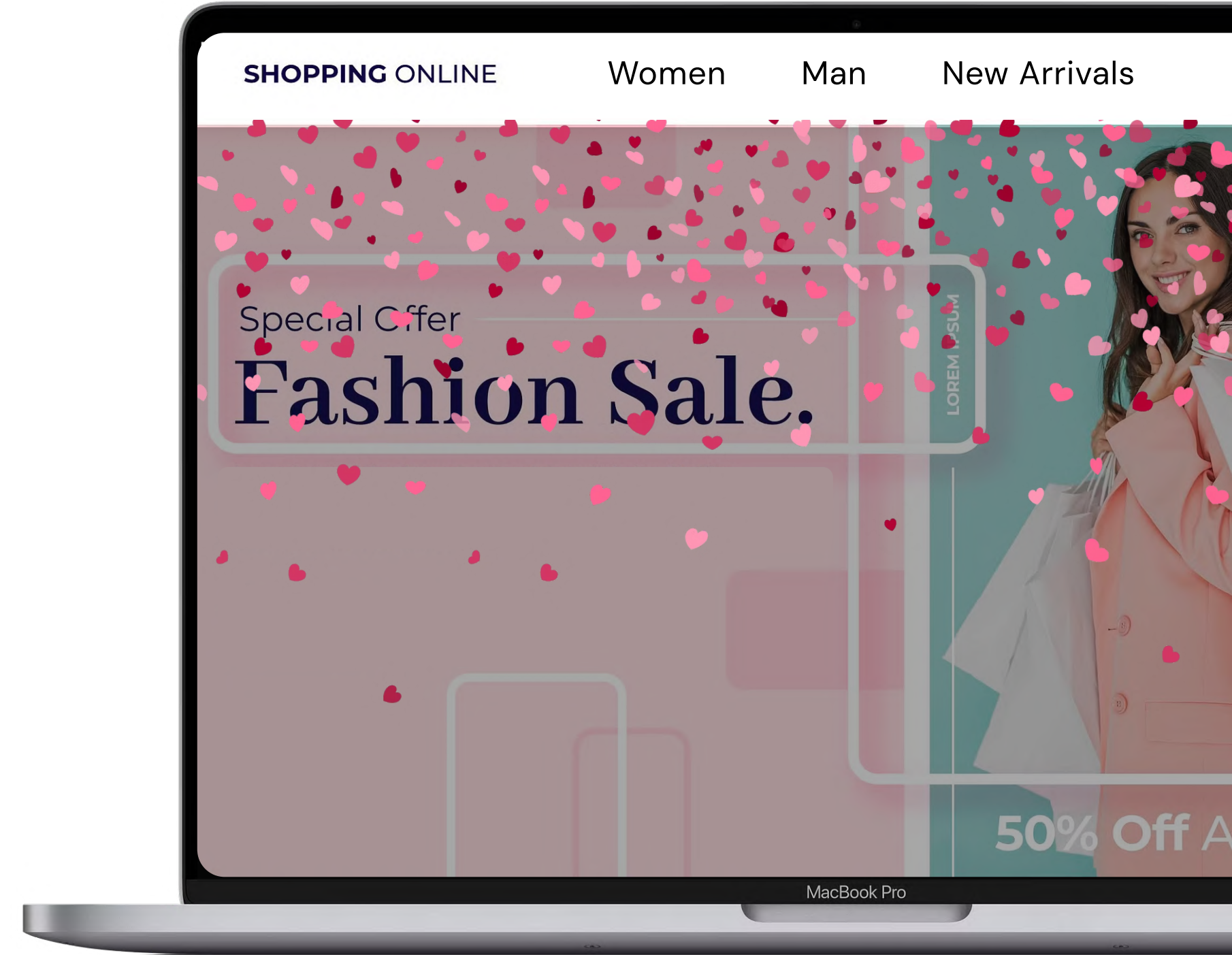
Genel kupon kodu, indirim, pop-up kampanyalarının yanısıra kişiselleştirme yapabilir ve **daha önce gezdikleri ürünleri** pop-up ya da drawer içinde doğrudan gösterebilir ve bu ürünlere yönelik indirimler sunabilirsiniz.

Websitenizi Terk Edenler

Websitenizde gezindikten sonra satın alma yapmadan çıkmaya çalışanlar için **Exit-intent pop-up** gösterebilir, indirim ya da kupon vererek alışverişlerini tamamlamalarını sağlayabilirsiniz. **Sürelili indirimler** sunabilir, belirli sürede tamamlanan satın almalar için hediye ya da kargo fırsatları sunabilirsiniz.

Anasayfada Dinamik Efektler

Sevgililer Günü gibi duygusal temaların ön planda olduğu dönemlerde, kalp animasyonları, hafif parıltılar veya pastel tonlardaki geçişler ile websitenizi sevgililer günü temasına uyarlayarak müşterilerinizin ilgisini çekebilirsiniz.

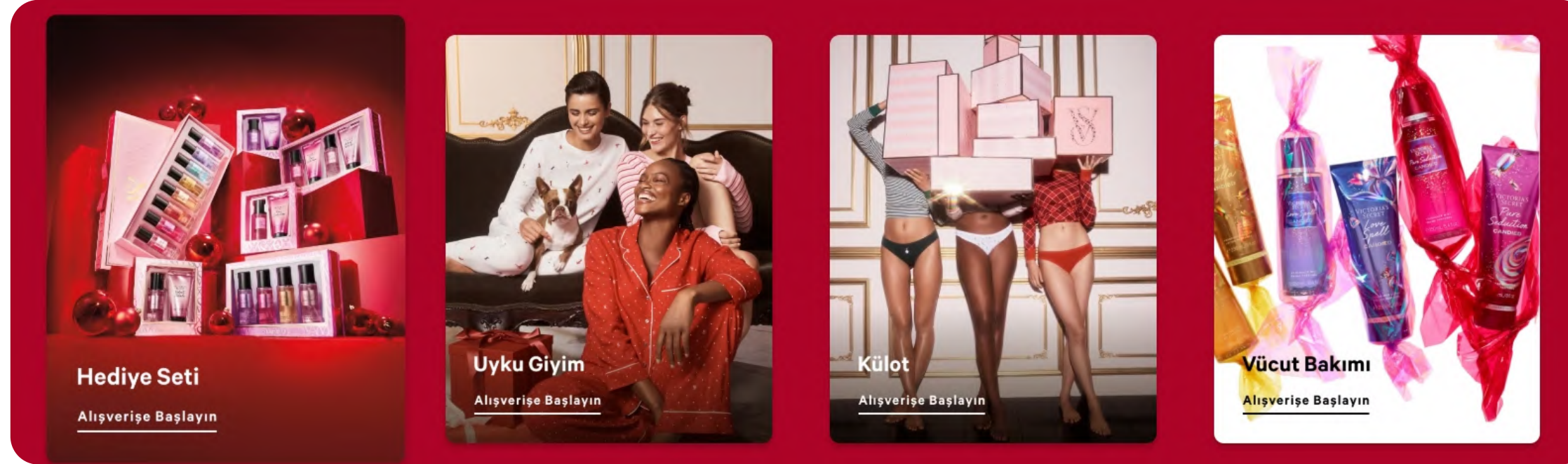


Banner Kullanımları

- Birden fazla kategoriye ya da hediye rehberlerini tek bir banner formatında toplayarak kullanıcıları ilgilendikleri sayfalara yönlendirin.

♥ NEDEN?

Kullanıcıların ilgili sayfaları ve ürünleri bulmalarını kolaylaştırın.



- Anasayfada kampanyalarınızı bannerlar ile görünür kılın ve görsel kullanımları ve iletişim diliyle destekleyin.



Ana Sayfada Ürün Öneri Widgetları

Anasayfanızda mutlaka Recommendation Widget'ları kullanarak "Popüler Ürünler" ya da "Popüler Hediyeler" gibi başlıklarla ürünlerinizi görünür kılın.

♥ NEDEN?

Ürünleri görünür kılın ve kullanıcıların hızlı bir şekilde ulaşmasını sağlayın. Ayrıca popüler ürünler her zaman diğer kullanıcıların davranışlarını etkileyen faktörlerden biridir.

Popüler Hediyeler



Hazır Bundle Formatlarıyla Hediye Setleri Oluşturun

Birlikte satın alınabilecek ürünleri hediye paketi olarak sunabilirsiniz. Set şeklinde ürünleri satışa sunabilir ya da tamamlayıcı ürünler olarak önerebilirsiniz.

Hediye Setleri



♥ NEDEN?

Hediye seçimlerini kolaylaştırın.
Ayrıca ortalama sepet tutarlarını yükseltin.

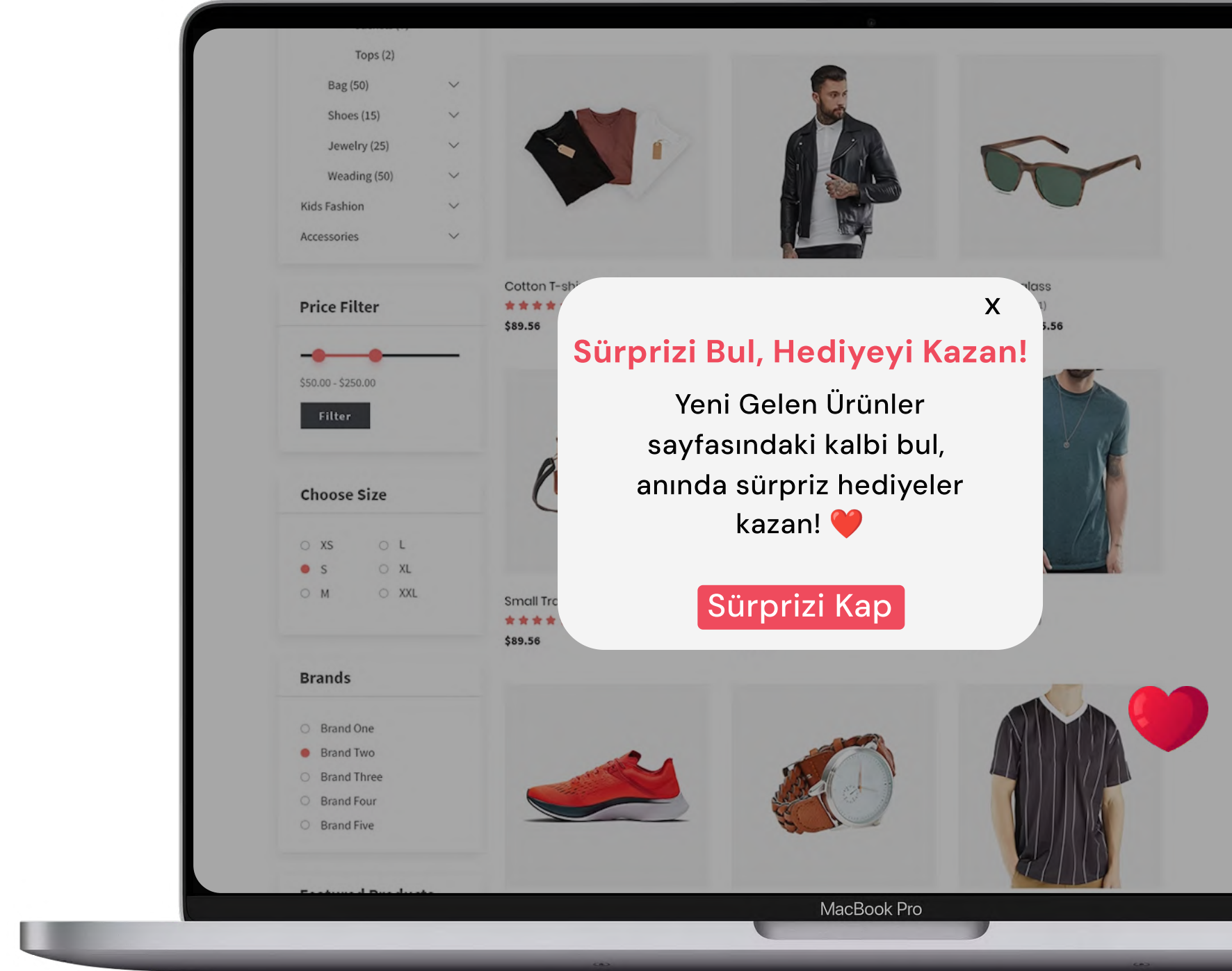
Kategori Sayfasında Sürprizi Bul

Gamification böyle dönemlerde kullanıcılarınızın ilgisini çekebilecek en etkili yöntemlerden biridir.

Kullanıcılarınızı özellikle yönlendirmek istediğiniz ürün/hediye kategori sayfalarında 'Kalbi Bul Ödülü Kap' gibi bir yönlendirmeye katılıma teşvik edebilirsiniz.

♥ NEDEN?

İndirim ve hediyelerle hem sadece gezinen hem de satın alma niyeti yüksek kullanıcılarınızı harekete geçirin ve keyifli bir deneyim sunun.



Geri Sayım Araçları

Hem indirim başlamadan önce hem de indirim süresince geri sayım araçlarından yararlanabilirsiniz.

İndirime giren ürünleri görüntüleyenlere ürün özelinde kampanyalarla iletişim kurabilirsiniz.

♥ NEDEN?

Fırsatın sınırlı bir süre geçerli olması müşterileri satın almak için harekete geçirir.

Header

Pop-up

Kulakçık/
Drawer



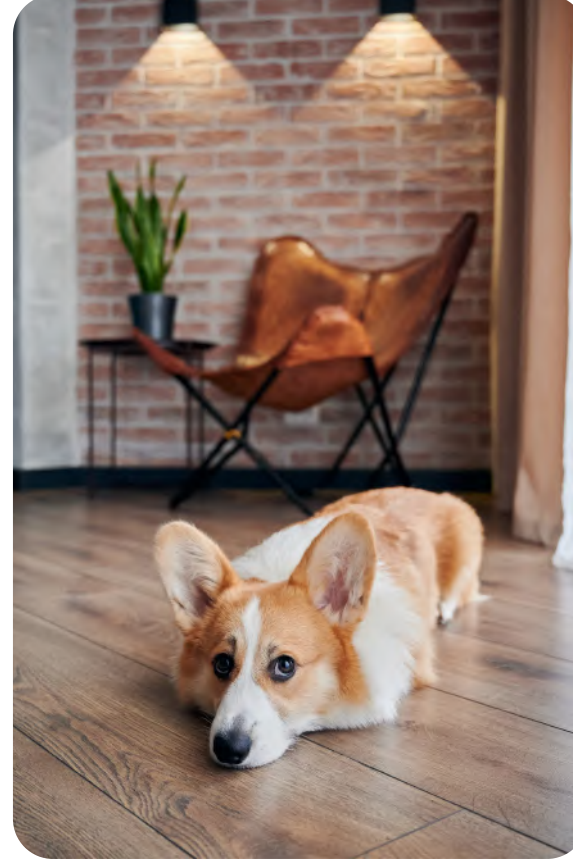
Ürünlerinizi Sevgililer Günü Konseptine Göre Uyarlayın

Sevgililer Günü döneminde ürünlerinizi konseptte uyarlayarak pazarlama stratejilerinizi genişletebilirsiniz.

♥ NEDEN?

Pazarlama, insanlarla bağ kurduğunuzda daha güçlü bir hal alır. Farklı ürünlerinizi bu kapsamda öne çıkarabilir ve satışlarınızı artırabilirsiniz.

Sizden hediye bekleyen biri daha var 😊



Evinizle yaşadığınız aşk bambaşka 😍

Emailler, Push Bildirimleri, SMS

Sevgililer Günü'nde iletişim kampanyalarınızı Sevgililer Günü öncesi genel duyurular, son dakika iletişimleri ve Sevgililer Günü sonrası şeklinde planlayabilirsiniz.

Bulk gönderimleriniz için öncelikle;

- İzinli ve aktif kullanıcılarınıza gönderim yapın (Son 6 aydır açanlar ve okuyanlar)
- Daha sonra ilk kitleyi hariç tutarak son 1 yıldır açan okuyan kitleye gönderim yapın.

Böylece satın alma niyeti yüksek kullanıcılara ulaşarak dönüşüm oranlarını artırabilirsiniz.



Email

Bulk email kampanyalarının yanısıra kişiselleştirilmiş içerikler ve emailler ile kitlenize ulaşın.



Web, Mobile, App Push

İzinli kitleninizin aktif olduğu saatlere göre gönderim yapın. Örneğin akşam saatleri alışveriş yapmak için daha uygun olabilir.



SMS

SMS kampanyalarınızda kullandığınız mesaj içeriği ve dilinin kısa ama dikkat çekici olmasına özen gösterin.



Değişimden Korkmayın.
Değişimin Kendisi Olun.

personaclick.com | sales@personaclick.com

Copyright ©2026 PersonaClick. Tüm hakları saklıdır.