



Offline'dan Online'a: Mağaza Müşterilerini Dijitale Kazandırma Rehberi





İçindekiler

- 01 Offline ve Online Veri Entegrasyonunun Önemi
- 02 Kasa Önü Stratejileri
- 03 Mağaza Gezginleri İçin Senaryolar
- 04 Uygulama için Dört Pratik Adım

Offline ve Online Veri Entegrasyonunun Önemi

Dijital dönüşüm, fiziksel perakende için bir zorunluluk haline geldi. Ancak offline'da yüksek müşteri trafiğine sahip işletmeler, dijital ekosistemle yeterince entegrasyon sağlayamadıklarında potansiyellerini tam olarak kullanamıyor.

 **Peki offline müşterileri nasıl online dünyaya taşıyabiliriz?**

Bu içeriğimizde **mağazanızda başlayan müşteri yolculuğunu dijitale nasıl aktarabileceğinizi adım adım ele alacağız.**



Offline Müşterileri Online'a Taşımanın Yolları

Offline müşterileri online dünyaya taşımak, markaların müşteri verilerini zenginleştirmesi, kişiselleştirilmiş deneyimler sunması ve satışlarını artırması için kritik bir stratejidir.

Mağaza Teması → Müşterinin offline'da oluşan ilgisini yakalayıp dijitalle geçişi teşvik edin.

Kasa Önü
Stratejileri

Mağaza
Gezginleri
İçin Stratejiler

Kasa Önü Stratejileri



Kasa Önü Stratejileri

1. Kasa Entegrasyonu ile Online'a Yönlendirme

- Kasada pazarlama kampanyaları için SMS Opt-in'i almak
- Kasada pazarlama kampanyaları için Email izni almak

SMS ya da Email izni almak için o an geçerli indirim sunulabilir ya da iznini açan kullanıcılar için online ilk alışverişlerinde geçerli indirim / kupon verilebilir.



Kasa Önü Stratejileri

2. Fişlere QR Kodu Ekleyerek App'e Yönlendirme

- Kasada ödeme yapan müşterilere verdiğiniz fişlere QR kod eklenir ve app'e yönlendirme yapılabilir.

Müşteriler, markanın app'ini indirip QR kodunu okuttuğunda mağazada yaptıkları alışveriş de kaydolur ve app üzerinden de faturalarına ulaşabilirler.

Böylece fişlerini kaybetme endişesi olmadan daha sonra iade, değişim işlemlerini yapabilirler.



Kasa Önü Stratejileri

3. App İndirmesi için İndirim Tanımlama

- Kasaya gelen müşterilere, marka app'ini ilk defa indiren kullanıcılara özel indirimden faydalanabilecekleri vurgulanır.

App'i indirdiklerinde o an mağazadan yaptıkları alışverişte anında kullanabilecekleri ya da app üzerinden yapacakları ilk alışverişte bir indirim tanımlanması kullanıcılar için oldukça teşvik edici olur.

Marka App'ini
indir, kasada
anında
**%10 indirim
kazan!**

İlk online
siparişinde
kullanmak için
**100 TL
kuponun
hazır!**

App'i indir,
mağazada
**sürpriz
indirimleri
yakala!**



Kasa Önü Stratejileri

4.Sadakat Programına Dahil Ederek Puan Kazandırma

- Ödeme sırasında email ya da telefon olarak Loyalty Programına katılmalarını sağlayın.
- CRM ID ve Loyalty ID üzerinden gidilebilir.
- CRM ID üzerinden gidildiğinde offline ve online CRM ID'lerinin aynı olması gerekir.

Loyalty programına katıldıklarında harcamalarıyla orantılı olarak indirimler, kuponlar kazanabilir ve ayrıcalıklı kampanyalardan faydalanabilirler. Online ve offline tüm alışverişlerin puan kazandırması müşteri bağlılığını artırır.



Offline-online verilerinizi birleştirirken iki ortamda da ortak tutulan bir müşteri bilgisi belirlemeniz önemlidir. Bu bilgi email adresi, telefon numarası ya da müşteri numarası olabilir.



Email



Telefon numarası



Müşteri numarası

Kasa Önü Stratejileri

5. Üyelik Oluşturanlara Ekstra Garanti / İade Süresi

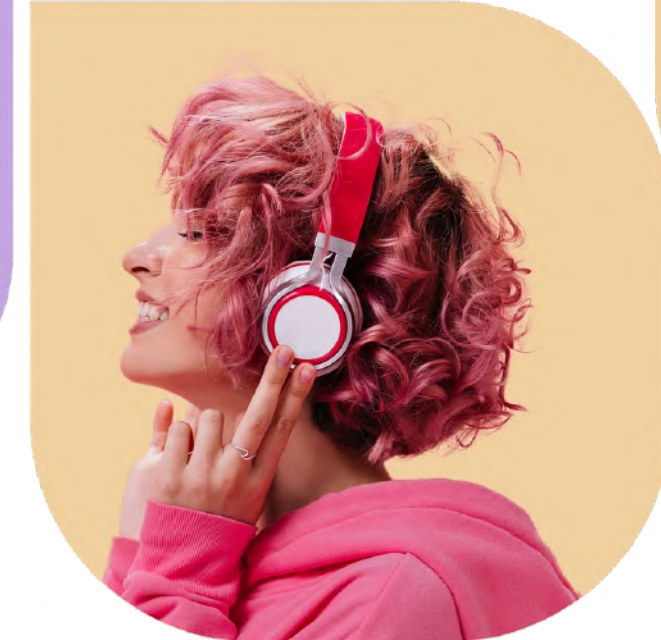
- Özellikle teknoloji sektöründe belirli ürünler için uzatılabilecek garanti süreleri, müşteriler için önemli bir kriter olabilir.

Farklı sektörlerde de ürünlere göre iade sürelerinde uzatma yapılabilir.

Kasada ödeme sırasında sadece üye müşterilere tanınan bir hak olarak sunulan bu fırsatlar, üye olmayanları kasada üye olmaya teşvik eder.



Sadece
üyeler için:
iade süren
30 güne
uzasın!



Üye ol,
3 ay
ek garanti
kazan!

Kasa Önü Stratejileri

6. Telefon/Email Bırakmak İstemeyenlere Oyunlaştırma

- Kasada ödeme yaparken telefon paylaşmak ya da kayıt oluşturmak istemeyenler için "mağazadan alışveriş yapanlara özel" bir oyunlaştırma senaryosu planlayabilirsiniz.

Fiş ya da kasadaki QR üzerinden kampanyanın olduğu bir web sayfasına yönlendirin. Oyunlaştırmaya katılan (çark çeviren vb.) kullanıcıların kazandıkları indirim kodunu almaları için için email ya da telefon bırakmalarını isteyin.

İndirim kodu yalnızca online'da ya da app'te geçerli olduğunda, müşteriler indirimini kaçırmamak adına harekete geçebilir.



Mağaza Gezginlerini Online'a Teşvik Senaryoları



Mağaza Gezginleri İçin Stratejiler

1. Kiosklarda Gamification

- Mağazaya yerleştirilecek kiosklarla indirim, kupon ya da oyunlaştırma deneyimi sunarak telefon ve e-posta toplayabilirsiniz.

Hem kayıtlı kullanıcılar hem de yeni kullanıcılar için bilgi paylaşımını teşvik eden ve özel deneyimler sunmuş olursunuz.

Oyna & kazan!

Online alışverişlerinde kuponlarını kullan.



Mağaza Gezginleri İçin Stratejiler

2. Mağaza İçinde Fiziksel Oyunlaştırma

- Mağaza içine yerleştirilen QR kodlarla oyun bazlı promosyonlar sunabilir, müşterileri bilgilerini girmek, üye olmak durumunda bırakarak farklı dijital kanallara yönlendirebilirsiniz.

Farklı QR kodlarında farklı sürprizler ve indirimler yer alabilir ve o mağazada yalnızca 1 katılım hakkı tanımlayarak kullanıcılar için hangi sürprizi kazanacaklarına dair heyecanı yükseltebilirsiniz.

Mağaza içinde kurgulanan bu oyunlaştırma tüm müşterileri merak ve kazanma duygusuyla harekete geçirir. Sürprizlere ulaşmak daha kasaya gitmeden bilgilerini paylaşmalarını sağlar.



Mağaza Gezginleri İçin Stratejiler

3. Gizli İndirim Etiketleri

- Mağazalarda olan bazı ürünler için sadece online'da geçerli indirimler tanıyabilirsiniz. Ancak indirim oranı yalnızca kayıtlı kullanıcılar için geçerli olur.

Ürün etiketi üzerindeki QR ile websitenize ya da app'e yönlendirme yapabilirsiniz. Böylece mağazada gördüğü ürünü online'dan indirimle almaya karar veren müşteriler kayıtlı kullanıcılara dönüşür.

Özellikle yüksek fiyatlı ürünlerde verilecek indirimler bu kampanya türü için daha büyük bir teşvike dönüşebilir.



Bu ürün
online'da
%20
indirimli!
Sadece
üyelere özel!

Mağaza Gezginleri İçin Stratejiler

4.Endless Aisle (Sınırsız Raf)

- Mağazada bulunmayan bir ürünün, online stoğa yönlendirilerek sipariş edilmesini sağlayabilirsiniz.

Halihazırda online üyeliği olan müşteriler için de avantaja dönüşebileceği gibi kayıtlı olmayan müşterileri de üye olmaya yönlendirebilirsiniz.



Mağaza Gezginleri İçin Stratejiler

5. Mağazanın Kapalı Olduğu Saatlerde Yönlendirme

- Mağazanızı çalışma saatleri dışında gezmeye gelen ya da önünden geçenler için web sitenize ya da app'inize vitrinlerde kullanılabilecek QR, etiket ve kartlarla yönlendirmeler yapabilirsiniz.



Gece alışverişi mi?
Şimdi App'i indir,
%15 indirim
senin olsun! ✨

Vitrindeki ürünleri
online'da satın al.
QR'ı tara,
hemen
ulaş!



Uygulama için Dört Pratik Adım

- 1 Mevcut Durumunuzu Değerlendirin**
Mağazanızda müşterilerinizle kurduğunuz temas noktalarını gözden geçirin. Telefon, e-posta, QR kodlar gibi hangi kanalları aktif kullanıyorsunuz?
- 2 Hangi Yöntemleri Uygulayacağınıza Karar Verin**
Paylaştığımız stratejilerden en uygun olanları seçin. Ödeme sürecinde mi teşvik edeceksiniz, mağaza içi oyunlaştırma mı yapacaksınız?
- 3 Online Kullanımı Teşvik Edin ve Optimize Edin**
Online'a taşıdığınız müşterilere özel kampanyalar düzenleyin. Sadakat programları, kişiselleştirilmiş e-postalar ve push bildirimlerle tekrar mağazanıza çekin.
- 4 Verileri Kullanarak Sürekli Geliştirme Yapın**
Hangi yöntemin daha iyi sonuç verdiğini analiz edin ve stratejilerinizi buna göre optimize edin.



Değişimden korkmayın.
Değişimin kendisi olun.

Demo Yapalım

personaclick.com/tr/demo-talep-et

Mağazanızda başlayan müşteri yolculuğunu online'a taşımak, yalnızca satışları artırmakla kalmaz, müşteri verinizi güçlendirir, kişiselleştirilmiş deneyimler sunmanızı sağlar ve uzun vadeli sadakat yaratır.

Offline ve online dünyayı birleştirerek daha bütüncül ve gerçekten kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri sunabilirsiniz.

Copyright ©2026 PersonaClick. Tüm hakları saklıdır.