

OMNICHANNEL PAZARLAMA: ÇOK KANALLI ETKİLEŞİM VE ENTEGRASYON

personaclick.com





İçindekiler

- 01 Omnichannel Kişiselleştirme Kavramı
- 02 Omnichannel Nasıl Gelirleri Artırır?
- 03 Omnichannel'ın Yapı Taşları
- 04 Omnichannel Akışınızı Kurun
- 05 Kanal Bazında En İyi Uygulamalar
- 06 Sektörel Örnekler
- 07 Optimizasyon Önerileri
- 08 Kaçınılması Gereken Hatalar
- 09 Omnichannel Kontrol Listesi
- 10 PersonaClick ile Omnichannel

Omnichannel Kişiselleştirme Kavramı

Omnichannel kişiselleştirme; her müşteriye doğru mesajı, doğru kanalda ve doğru zamanda ulaştırma yaklaşımıdır.

Email, SMS, Push, WhatsApp ve onsite deneyimleri ayrı kampanyalar olarak değil, tek ve uyumlu bir müşteri yolculuğu olarak kurgular.

 **İçgörü:** Tüm kanallarda tek profil ve tek bir akış ile ilerleyin.



Omnichannel Nasıl Gelirleri Artırır?

Müşteriler, kanallarla sırayla etkileşime geçmek yerine web'den mobile geçer, uygulamaya girer, mağazaya uğrar, e-postasını kontrol eder.

Omnichannel yaklaşım sayesinde:

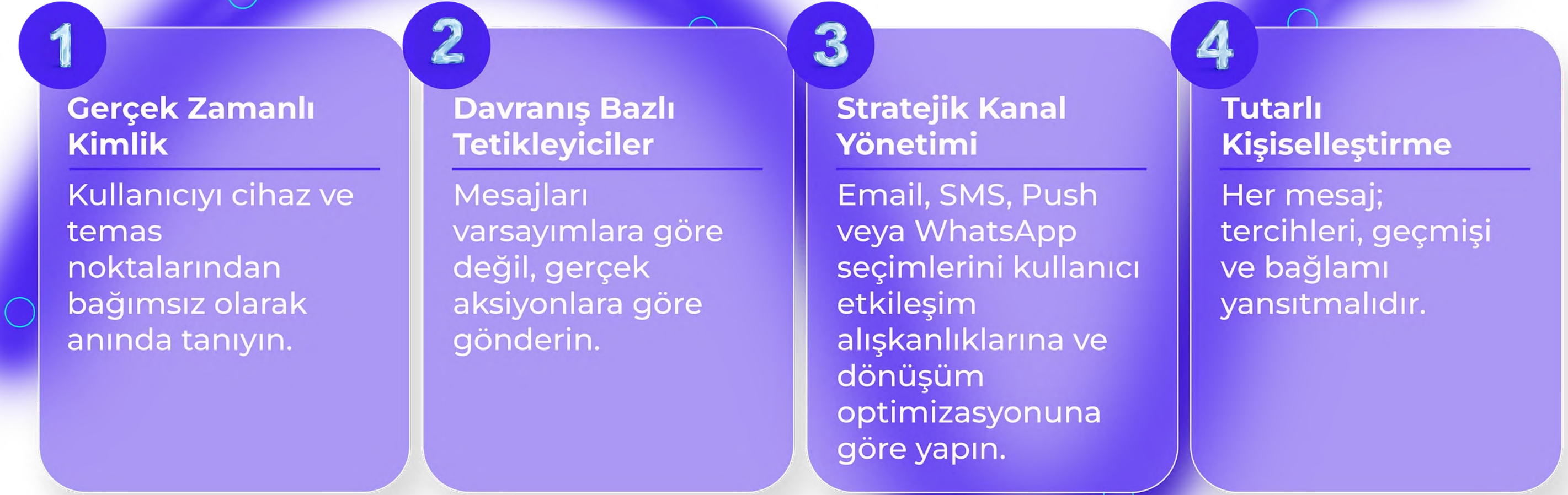
- Etkileşim oranı artar.
- Dönüşüm süresi kısalır.
- Marka bağlılığı güçlenir.
- Churn oranı düşer.



***Bulgu:** Çok kanallı akışlar; tek kanallı kampanyalara göre tıklama, dönüşüm ve sadakat metriklerinde daha yüksek performans gösterir.*



Omnichannel'ın Yapı Taşları



 **Öneri:** İletişim kanalı bazında mesajları belirli bir akışa göre kurgulamanız dönüşüm oranlarınızı artırır.

Omnichannel Akışınızı Kurun



Adım 1: Tetikleyici Anı Belirleyin

Satın alma eğilimi yüksek olan kullanıcılarla işe başlayın:

- Ürünü daha önce görüntüleyip satın almayanlar
- Ürünü daha önce sepete ekleyip unutanlar
- Kategoride arama yapanlar
- Son 7 gündür aktif olanlar



Öneri: Tetikleyici an veya faktör ne kadar güçlü olursa dönüşüm oranı o kadar yüksek olacaktır. Doğru segmenti, doğru kanaldan ve doğru mesajla yakalayın.

Omnichannel Akışınızı Kurun



Adım 2: İletişim Kanalını Seçin

Tek bir kanal ya da tüm kanallar yerine, en etkili kombinasyonu oluşturun.

- Email → Tanıtım
- Push bildirimleri → Gerçek zamanlı hatırlatma
- SMS → Yüksek öncelikli mesajlar
- WhatsApp → Diyalog ve etkileşim
- Onsite Campaigns → Satın alma anında destek



Öneri: Tek bir kanal ya da tüm kanallar yerine, en etkili kombinasyonu oluşturun.

Omnichannel Akışınızı Kurun



Adım 3: Mesajınızı Kişiselleştirin

Aşağıdaki kriterlere göre mesajlarınızı kişiselleştirin:

- Son görüntülenen ürün
- Satın alma geçmişi
- Ürün kategorisine ilgi
- RFM segmenti
- Kanal bazlı dönüşüm verileri



İçgörü: Doğru sıralama, spam hissi yaratmadan görünürlüğü artırır.

Kanal Bazında En İyi Uygulamalar

1 Email

Modüler şablonlar ve dinamik içerik blokları kullanın.

2 SMS

Kısa, net ve aksiyon odaklı olun.

3 Push Notifications

Anlık hatırlatmalar ve terk edilen adımlar için kullanın.

4 WhatsApp

Onay, hatırlatma ve hızlı aksiyon gerektiren mesajlar için idealdir.

5 Onsite Campaigns

Popup ve banner'lar ile kampanyalarınızı güçlendirin.



Stratejik omnichannel pazarlama yönetimi yapmak için gönderim sayısı yerine tutarlılığa odaklanın.

Sektörel Örnekler

E-Ticaret ve Perakende

Unutulan alışveriş sepeti için Email → Push → WhatsApp sırasıyla hatırlatma mesajları.

Seyahat ve Konaklama

Arama → WhatsApp kampanyası → Email iletişimi → Push hatırlatması.

Telekom

Kullanım düşüşü → SMS hatırlatması → Email opsiyonu → Arama Upsell teklifi.

Fintech

Onboarding → Email formları → SMS doğrulaması → Push hatırlatması.



Optimizasyon Önerileri

- ✓ Kanal sıralamasını test edin.
- ✓ Frekans limitlerini belirleyin.
- ✓ Etkileşim seviyesine göre segment oluşturun.
- ✓ Dinamik zaman aralıkları kullanın.
- ✓ Segment bazlı performans takibi yapın (CTR, CR, tekrar satın alma).



Optimizasyon tek zamanlı bir iş değil, sürekli bir iş akışıdır.

Kaçınılması Gereken Hatalar

- ✗ Aynı mesajı tüm kanallarda kopyala-yapıştır yaparak ilerlemek
- ✗ Kanal seçimini rastgele yapmak
- ✗ Bazı kanalları diğerlerine göre aşırı düzeyde kullanmak
- ✗ Kişiselleştirme bloklarını ihmal etmek
- ✗ İletişim kanallarını birbirinden kopuk yürütmek

Omnichannel Kontrol Listesi

- ☐ Tetikleyici anın tanımlanması
- ☐ Kanal karmasının belirlenmesi
- ☐ Mesajların segment bazlı kişiselleştirilmesi
- ☐ Kanal sıralamasının müşteri davranışına göre kurgulanması
- ☐ Frekans limitlerinin belirlenmesi
- ☐ Performans metriklerinin belirlenmesi ve düzenli ölçümü
- ☐ Zamanlama ve iş akışının optimizasyonu



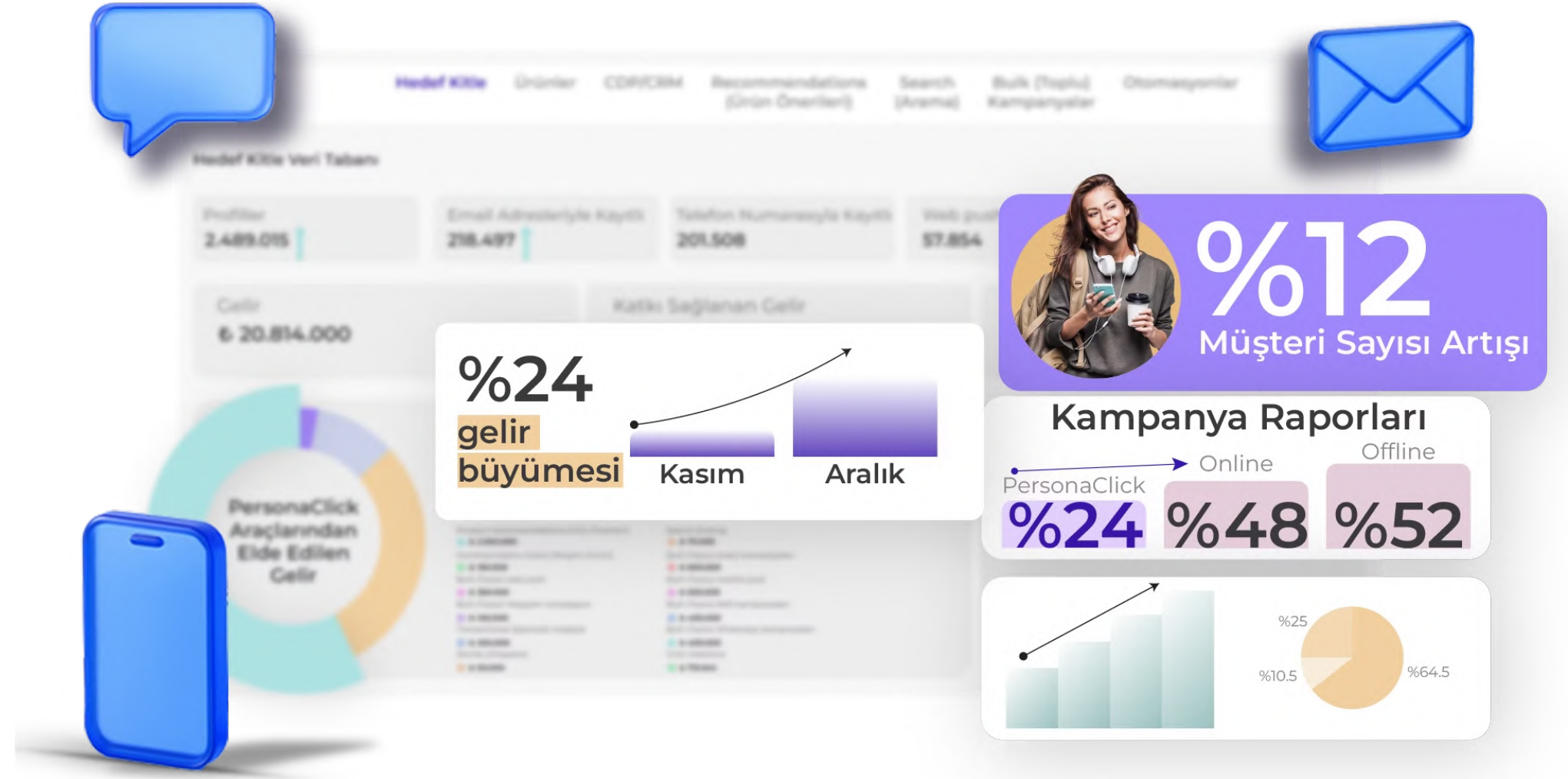
Hedef: Uyarlanabilir yolculuklar → Daha yüksek etkileşim → Kalıcı sadakat → Sürdürülebilir kârlılık

PersonaClick ile Omnichannel

Tüm kanalları tek merkezden yönetin,
orkestre edin ve ölçün.

Kullanılan modüller:

- Pazarlama Otomasyonu
- Dinamik Segmentasyon
- Email, SMS, Push Bildirimleri ve WhatsApp
- Pazarlama Analitiği



✨ Sonuç:

Birleşik müşteri yolculukları → Ölçülebilir gelir → Güçlü marka bağlılığı



Değişimden korkmayın.
Değişimin kendisi olun.

Omnichannel pazarlama haritanızı
canlıya almaya hazır mısınız?

Ücretsiz demo talebinde bulunun ve
and PersonaClick ile tek bir
platformda tüm omnichannel
pazarlama faaliyetlerinizi yönetin.

personaclick.com