

PERFORMANS ODAKLI ONSITE PAZARLAMA

**Bekleyin,
%15 İndirim
Kazanın!**
Kupon kodunu kullanmak için
şimdi satın alın.

KODU KOPYALAYIN

Efsane Fırsat

Süet Espadril Ayakkabı
Süet yüzey, jüt taban
detaylı, bej renk
espadril ayakkabı
~~₺7.500~~
₺5.625

Şimdi Al

%25

03 **02** **26** **15**
Gün Saat Dakika Saniye



İçindekiler

- 01 Onsite Pazarlama Nedir?
- 02 Doğru Zamanlamanın Önemi
- 03 Dönüşüm Anlarının Üç Temel Unsuru
- 04 Onsite Stratejinizi Oluşturun
- 05 Sektörel Örnekler
- 06 Onsite Pazarlama Kontrol Listesi
- 07 Kaçınılması Gereken Onsite Pazarlama Hataları
- 08 Onsite Dönüşüm Anlarının Anatomisi
- 09 PersonaClick ile Onsite Pazarlama


Copyright © 2026 PersonaClick. Tüm hakları saklıdır.

Bu dosya PersonaClick müşterilerine özel olarak ve bilgi vermek amaçlı hazırlanmıştır. İzinsiz dağıtımı yapılamaz, değiştirilerek kullanılamaz.

Onsite Pazarlama Nedir?

Onsite pazarlama, kullanıcı aksiyonlarına, kullanıcı hâlâ sitedeyken gerçek zamanlı yanıt verebilme yeteneğidir.

Bu sayede, pasif oturumları, her etkileşimin kullanıcının niyetine uyum sağladığı yönlendirilmiş müşteri yolculuklarına dönüştürür.

 **İçgörü:** Tek bir ziyarette, müşterilerinizin dikkatini mükemmel zamanlamayla birden çok kez yakalamaya çalışın.



Doğru Zamanlamanın Önemi

Kullanıcılar, eğer bir web sitesi beklentilerine yanıt veremezse herhangi bir ürün satın almadan ayrılır. Bu nedenle gecikmeler, kaybedilmiş müşteri anlamına gelirken, statik sayfalar da kaçırılmış fırsatlardır.

Onsite pazarlama ile şu sonuçları elde edebilirsiniz:

- Daha yüksek etkileşim
- Daha fazla dönüşüm ve satış
- Siteye tekrar dönen kullanıcı sayısında artış
- Müşteri memnuniyetinde iyileşme

 **Not:** Gerçek zamanlı müdahaleler, gecikmeli kampanyalardan daha iyi dönüşüm getirir.



Dönüşüm Anlarının Üç Temel Unsuru

1

Gerçek Zamanlı Tetikleyiciler

Çıkış niyeti, kaydırma derinliği, hareketsizlik dahil olmak üzere eylemlere anında tepki verin.

2

Davranışsal Kişiselleştirme

İlgi, geçmiş ve bağlama göre içeriği uyarlayın.

3


Yönlendirilmiş Keşif

Kullanıcıların ihtiyaç duyduklarını henüz bilmedikleri şeyleri bulmalarına yardımcı olun.

4

Prediktif Göstergeler

Kayıp riski, sadık müşteriler, yükselen yıldızlar.

 **Öneri:** Aynı anda çok sayıda onsite araç kullanmak yerine ihtiyacınız olan birkaç araca odaklanıp derinleşin.

Onsite Stratejinizi Oluşturun

Adım 1: Önemli Anları Tanımlayın

Satın almaya meyilli kullanıcı temas noktalarını tespit edin:

- Ürün görüntüledi, ama satın alınmadı.
- Site ziyaret edildi, ancak dönüşüm olmadı.
- Arama yapıldı, ancak dönüşüm olmadı.
- Düşük etkileşimle uzun süre sitede zaman geçirildi.
- Kullanıcı birkaç sayfa gezip ayrıldı.



Not: Kullanıcının satın almaya yaklaştığı noktanın gücü, ilgili onsite pazarlama aracının başarısını da doğrudan etkileyecektir. İlgili anları tespit edin ve doğru aracı, doğru zamanda kullanın.

Onsite Stratejinizi Oluşturun



Adım 2: Kullanıcının Niyetini Anlayın

Kullanıcının davranışını niyetiyle eşleştirin:

- Kullanıcıları, sitedeki davranışa göre segmente edin.
- Site içi gezinme ve satın almayı kategorize edin.
- Kullanıcılarınızı teşvik edin.
- Kullanıcı deneyimini müşteri yolculuğuyla eşleştirin.



Not: Takımların en hafife aldığı ve en çok performans kaybı yaşadığı alan bu konudur.

Onsite Stratejinizi Oluşturun



Step 3: Geliřin ve Optimize Edin

Etkileřimleri sisteme d6n6řt6r6n:

- D6n6ř6m performansını takip edin.
- A/B testi yapın.
- Sadece içerik deęil zaman ve segmenti de optimize edin.
- Farklı onsite araçlarını zamanla ve test ederek entegre edin.



İg6r6: Optimizasyonun başarısı, veri kalitesi ve entegrasyonuna bağlıdır. Veri akışını d6zenli takip etmenizi 6neririz.

Sektörel Örnekler

E-Ticaret ve Perakende

Sepetini terk eden ziyaretçilere çıkış anında indirim sunan pop-up'larla anonim kullanıcıları e-posta listesine kazandırın ve terk edilen sepetleri geri kazanın.

Telekomünikasyon


"En çok tercih edilen tarifeler" hikaye formatında kullanıcıların hızlı karşılaştırma yapmasını sağlayarak seçim süresini kısaltın.

Seyahat ve Konaklama

Uçuş araması yapan kullanıcı aynı rotayı iki kez arattığında "Bu rotada fırsatlar" banner'ı tetikleyerek karar anında müdahale edin.

Finansal Servisler

Kredi başvuru formunda ilerleme kaydedemeyen kullanıcıya "Başvuruna kaldığın yerden devam et" pop-up'ı göndererek terk oranını azaltın.

 Her sektörde kullanıcı profiline uygun aracı stratejik olarak kullanın.

Onsite Pazarlama Kontrol Listesi

- Kritik müşteri temas noktalarını belirleyin.
- Kullanıcı niyet sinyallerini haritalandırın.
- Etkileşim stratejinizi belirleyin.
- İçeriği dinamik olarak kişiselleştirin.
- Oturum düzeyinde performansı ölçün.
- Sürekli iyileştirin ve optimize edin.



Nihai hedef: Daha çok etkileşim → Daha çok memnuniyet ve dönüşüm



Kaçınılması Gereken Onsite Pazarlama Hataları

- ✗ Davranış sinyallerini takip etmemek
- ✗ Tüm kullanıcıları aynı segmentte gibi yorumlamak
- ✗ Onsite kampanyaları çok sayıda adımla kurgulamak
- ✗ Kullanıcıları fazla sayıda mesajla engellemek
- ✗ Onsite kampanyanın zamanlamasını ayarlamamak



Öneri: Doğru kampanyayı, doğru zamanda, doğru segmente uygulayın.

Onsite Dönüşüm Anlarının Anatomisi

Her web sitesi ziyareti dönüşmeyecektir, ancak her ziyaret bir veri bırakır.

Onsite pazarlama, bu veriyi yorumlayıp en fazla sayıda dönüşümü sağlayacak yöntemi belirler.

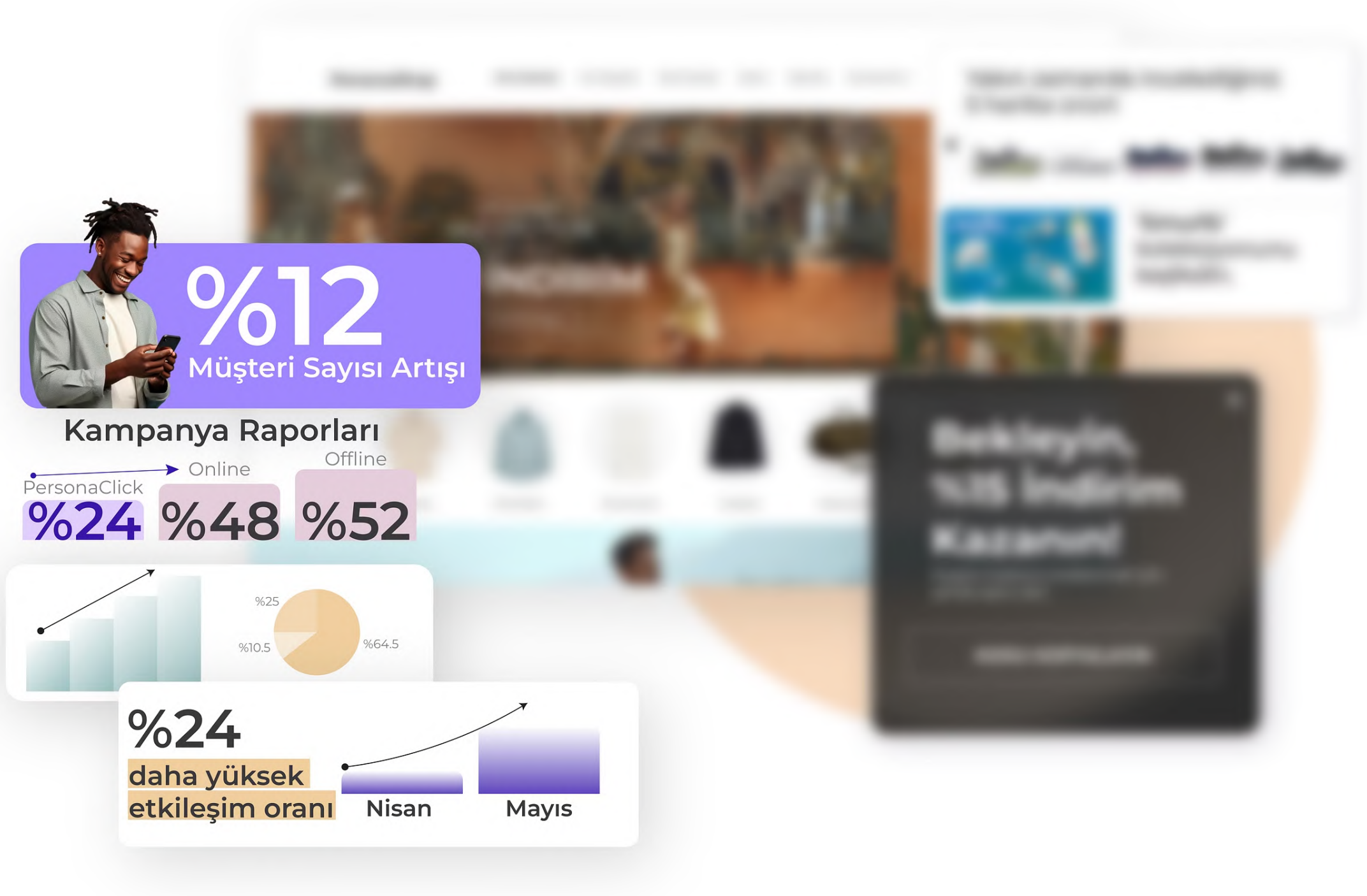
Katman	Ne Olur?	Pratikte Ne Anlama Gelir?
Sinyal	Kullanıcı davranışlar üzerinden veri üretir.	<ul style="list-style-type: none">• Ürün görüntülemeleri, kategori derinliği• Tekrarlayan aksiyonlar veya kararsızlık• Arama sorguları ve filtrelemeler• İlerleme olmadan geçirilen süre
Yorumlama	Davranış, niyete dönüştürülür.	<ul style="list-style-type: none">• Keşfetme vs karar verme• Karşılaştırma vs tereddüt etme• İlgili vs fiyat hassasiyeti yüksek• Bağlam, anlamı sadece aksiyonlardan daha fazla belirler
Tepki	Deneyim gerçek zamanlı olarak adapte olur.	<ul style="list-style-type: none">• İlgili önerilerle keşfi yönlendirme• Karar sürecindeki sürtünmeyi azaltma• Zamanında ipuçlarıyla güven oluşturma• Kesintiye uğratmadan aksiyonu hızlandırma

PersonaClick ile Onsite Pazarlama

Tek platformda onsite pazarlamayı diğer pazarlama modülleriyle entegre edebilirsiniz.

Diğer modüller:

- Pazarlama Otomasyonu
- Ürün Öneri Motoru
- Davranışsal Segmentasyon
- Analitik Dashboardları





Değişimden korkmayın.
Değişimin kendisi olun.

Onsite pazarlama haritanızı canlıya almaya hazır mısınız?

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

personaclick.com