profaj



SEKTÖREL PAZARLAMA REHBERİ

E-ticaret için Pazarlama Rehberi

Ziyaretçi alıcıya, alıcı da düzenli müşteriye dönüşsün: reklamdan ikinci siparişe giden yolu bir bakışta görün.

Rehber kendi sitesinde ya da pazaryerinde satış yapan online mağaza sahipleri ve pazarlama ekipleri için yazıldı. Reklam, ürün sayfası ve müşteri iletişimini tek akış olarak ele alır. Reklam ziyaretçiyi getirir, ürün sayfası ikna eder, e-posta geri çağırır. Üçünü aynı akışta düşünmek, harcanan her liranın nereye gittiğini görmeyi kolaylaştırır. Rehber, mağazanızı en çok satan ürünlerinizden başlayarak adım adım düzene sokar. Dört sayfada okunur, doğrudan uygulanır.

BU REHBERDE

1 **Alıcının dört durağı**
Alıcı ürünü nerede görür, hangi bilgiye bakar, sepeti neden tamamlar.

2 **On maddelik mağaza listesi**
Ürün sayfasından sepet hatırlatmaya, kargo bilgisinden ölçüme kadar.

3 **İlk 90 günlük sıra**
En çok satan ürünlerden başlayıp reklam, sepet hatırlatma ve ikinci sipariş akışını sırayla kuran plan.

4 **Üç yaygın yanlış**
Mağaza yönetiminde sık görülen üç alışkanlık ve yerine ürün sayfası, reklam ve kargoyu birlikte ele alan yol.

ALICI VE YOLCULUK

Alıcı sepete giden yolda neye bakıyor?

Online alıcı mağazaya reklamdan, aramadan ya da pazaryerinden gelir. Ürün sayfasına, fiyata, kargo ve iade koşuluna bakar. Çoğu zaman sepeti bırakıp başka bir mağazaya da uğrar. Geri dönüp dönmeyeceğini ilk siparişten sonraki iletişim belirler.

Durak	Alıcı ne yapıyor	İşe yarayan içerik	Kanal
1 Tanır	Reklamda, aramada ya da pazaryeri listesinde ürünü görür.	Net ürün görseli, kısa video, alışveriş reklamı	Alışveriş ve arama reklamı, Instagram, pazaryeri
2 Araştırır	Ürün sayfasında fotoğraf, açıklama, ölçü ve teslimat bilgisine bakar.	Detaylı ürün sayfası, ölçü tablosu, sık sorulan sorular	Mağaza sitesi, arama sonucu
3 Karşılaştırır	Fiyatı, kargoyu, iade koşulunu ve diğer alıcıların yorumunu karşılaştırır.	Yorumlar, açık iade ve kargo bilgisi, sezon kampanyası	Pazaryeri, mağaza sayfası, e-posta
4 Seçer	Sepete ekler, ödemeyi tamamlar. Bıraktıysa bir hatırlatma bekler.	Sepet hatırlatma, kısa ödeme adımı, teşekkür e-postası	E-posta, mesaj, yeniden pazarlama

Önce telefonda deneyin

Alıcı ürün sayfasını ekranı kaydırarak gezer. Sayfa hızını ve ödeme adımlarını önce telefonda kendiniz deneyin.

İKİNCİ SİPARİŞ

Alıcıyı bir kez kazanmak ilk adımdır. Teşekkür ve öneri e-postası, uzun süredir gelmeyene özel mesaj ikinci siparişi getirir.

YAPILACAKLAR

Mağazanız için kontrol listesi

- [ ] **Ürün görselleri**
  Ana görsel, detay görselleri ve kısa video.
- [ ] **Başlık ve açıklama**
  Alıcının aradığı kelimelerle yazılsın.
- [ ] **Kategori sayfaları**
  Her kategori için kısa tanıtım metni ve temiz adres.
- [ ] **Ürün listesi**
  Fiyat ve stok bilgisi reklam hesabına doğru aksın.
- [ ] **Kargo ve iade**
  Koşullar tek sayfada, ürün sayfasından görünür.
- [ ] **Mobil ödeme**
  Ödeme adımları telefonda kısa ve rahat.
- [ ] **Sepet hatırlatma**
  Sepeti bırakana e-posta ya da mesaj akışı.
- [ ] **Teşekkür ve öneri**
  İlk siparişten sonra otomatik e-posta.
- [ ] **Kanal dengesi**
  Pazaryeri ve kendi sitenizin payını ürüne göre belirleyin.
- [ ] **Ürün bazlı ölçüm**
  Reklam harcamasının siparişe dönüşümünü ürün bazında izleyin.

İlk 90 gün

1. AY

Zemini hazırlayın

En çok satan ürünlerin sayfalarını düzeltin. Ölçümü ürün bazında kurun.

2. AY

Üretin

Ürün görsellerini yenileyin, alışveriş reklamını ve sepet hatırlatmayı kurun.

3. AY

Yayınlayın ve izleyin

İkinci sipariş akışını açın, pazaryeri ve kendi site dengesini gözden geçirin.

Sık yapılan üç yanlış

Bütün ürünleri aynı anda tanıtmak

Önce en çok satan ve marjı iyi ürünlerle başlayın, sonra genişletin.

Yalnız yeni alıcıya yatırım yapmak

İlk alıcıya teşekkür ve öneri gönderin, ikinci sipariş kârlılığı belirler.

Reklam maliyetine bakıp ürün sayfasını görmemek

Reklam, ürün sayfası, kargo ve iade koşulu birlikte sonucu belirler.

PROFAJ İLE

Mağazanızı birlikte büyütelim

Bu alanda yaptığımız işler

Bir e-ticaret markası	Performans reklam yönetimi ve düzenli raporlama

E-ticaret sitesi kurulumu, altyapı seçimi, SEO, pazaryeri listelerinin düzeni ve e-posta otomasyonları için de çalışıyoruz.

İlgili hizmetler

Performans reklamı, SEO, pazaryeri düzeni, CRM ve e-posta akışları tek ekipten yürür.

PROFAJ AI SUİTE: SHOTİCA VE ADVETİCS

Shotica yapay zeka ile ürün ve marka görselleri üretir. Advetics reklam bütçenizi izleyip raporlar. Ajans hizmeti almadan, ayrı ürün olarak da satın alabilirsiniz.

Nasıl başlarız

1 **Tanışalım**
Mağazanızı, ürün gamınızı ve satış kanallarınızı dinleriz.

2 **Planı görün**
Reklam, ürün sayfası ve e-posta planını önünüze koyarız.

3 **Üretimi izleyin**
Görselleri hazırlar, reklamı ve akışları yayına alırız.

4 **Sonucu ölçün**
Harcamanın siparişe dönüşünü aylık raporda gösteririz.

GÖRÜŞME PLANLAYIN

TELEFON
+90 232 320 00 40

E-POSTA
profaj@profaj.com

WEB
profaj.com

GÖRÜŞME
profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin

Bu İşte Beraberiz!