

WEB ANALİTİĞİ HİKAYESİ: "ZİYARETÇİNİN AYAK İZLERİ"

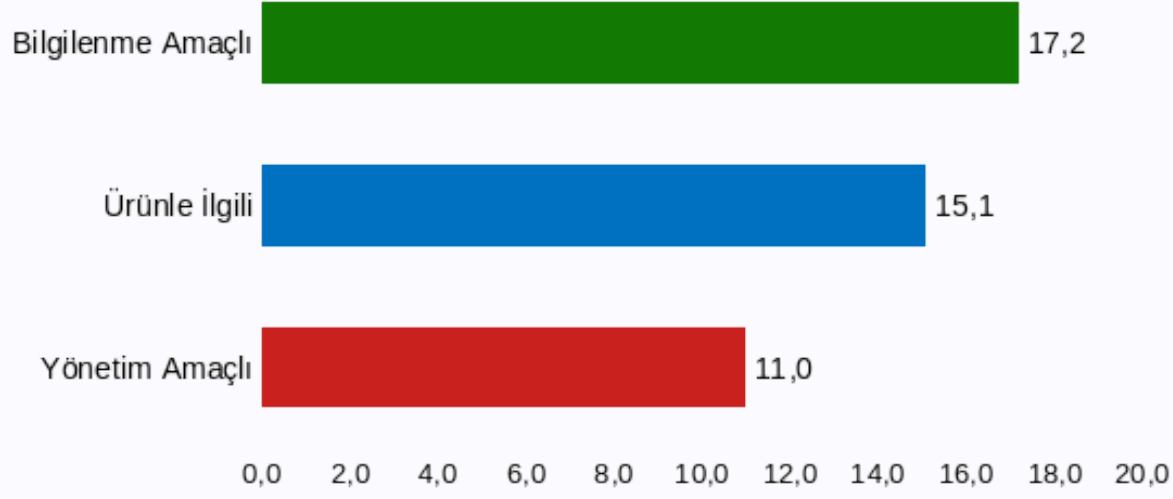
ZİYARETÇİ GELDİ, GEZDİ, VE... SATIN ALDI MI?

Web sitesini ziyaret eden kullanıcıların yalnızca küçük bir bölümü dönüşüm (satın alma) gerçekleştiriyor. Peki bu kullanıcıları davranışlarına göre analiz edebilir miyiz? Ziyaret tipi, cihaz kullanımı, geçirdikleri süre ve geldikleri kaynak gibi faktörler bize satın alma davranışını öngörmede yardımcı olabilir mi?

1

Zamanın Gücü ~ Kullanım Şekli

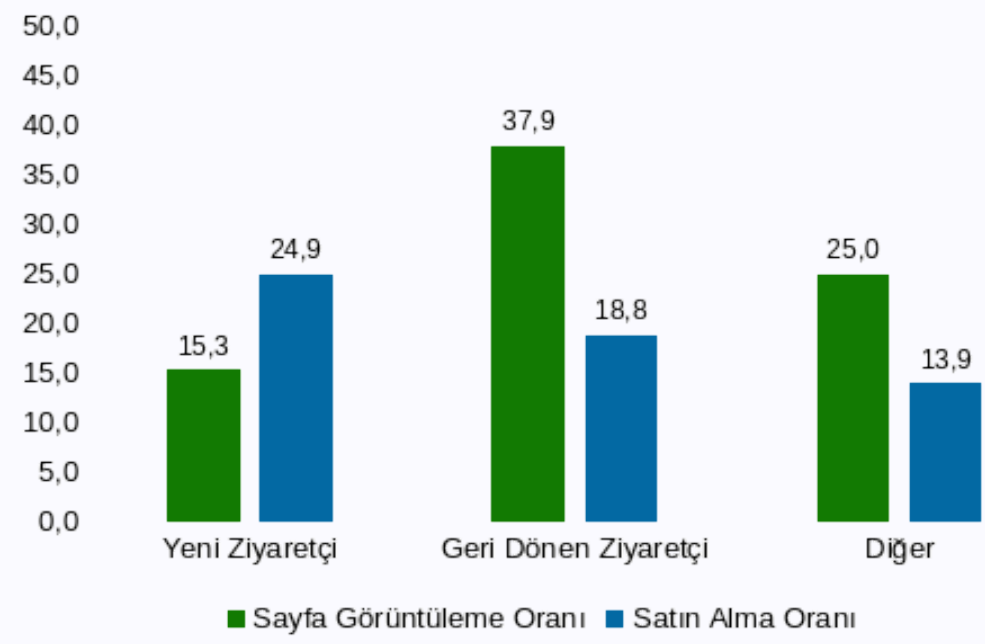
Ortalama Geçirilen Süreler



Kullanım amacına göre geçirilen süreler bize ziyaretçilerin her zaman satın alma niyetinde olmadığını gösterir. En iyi şekilde hizmet verilerek müşteri memnuniyeti sağlanıp satın almanın ilgi odağı olduğu bir sistem oluşturulmalıdır. Dikkat çekici kampanya ve reklamlarla doğrudan ürüne olan odak artırılabilir.

2

Kahramanlar: Yeni Ziyaretçiler



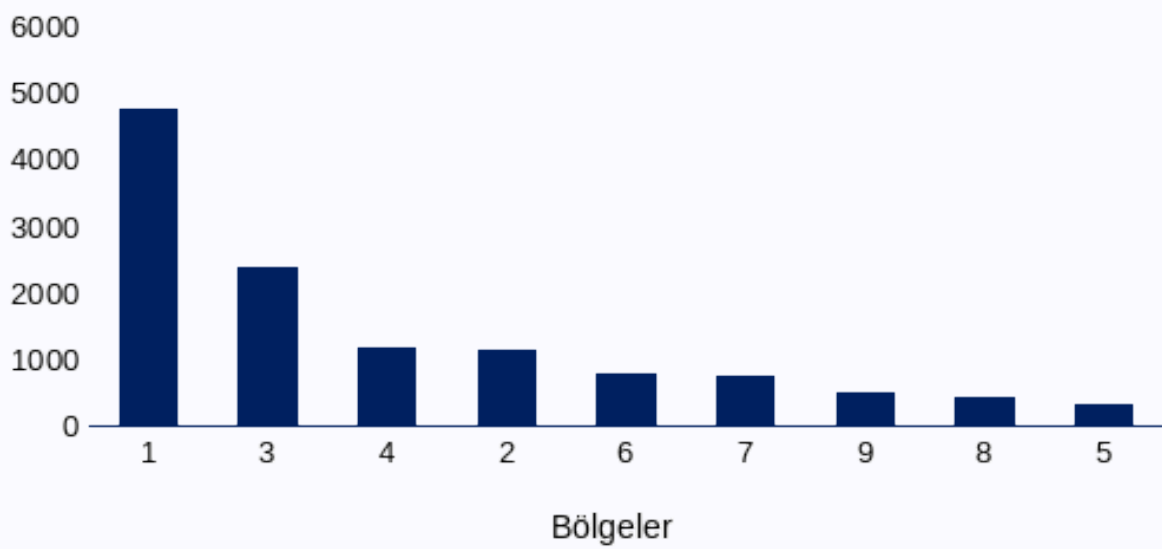
Geri dönen ziyaretçiler her işletmenin en sadık müşterileridir. Ancak konu satın almaya geldiğinde her zaman lider olamayabilirler. Bu süreçte yeni müşterilere olan kampanyaların etkisi kaçınılmazdır ...

3

Coğrafi Farklılıklar: Her Bölge Aynı Değil

Bazı bölgelerde; kültürel, maddi, coğrafi ya da başka faktörlerden ötürü, çok daha farklı dönüşüm oranları görülebilir. İşletmeler müşteri segmentasyonuna göre pazarlama faaliyetlerini sürdürmelidir.

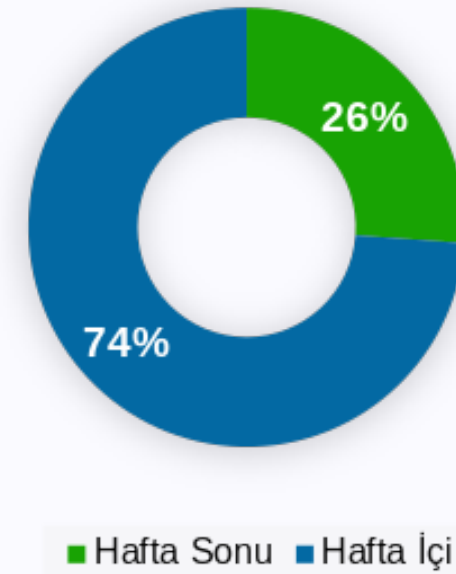
Satın Alma Sayıları



4

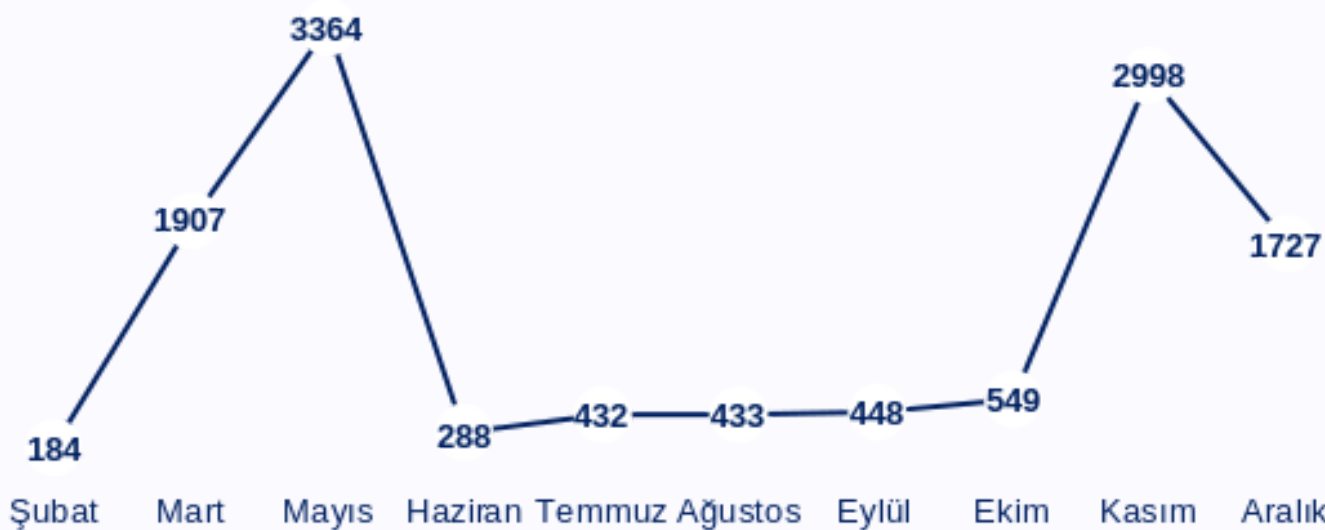
Alışverişe Etki Eden Davranışlar

Satın Alma Sayıları



Gün sayısına bölündüğünde hafta içi satın alma oranının hafta sonuna göre daha fazla olduğu görülüyor. Bu hafta içi çalışmanın online alışverişe etkisini gösteriyor.

SATIN ALMA SAYILARI



5

Sonuçlar ve Öneriler

- Hafta sonlarına özel kampanyalar düzenlenmeli.
- İlk defa gelen ziyaretçilere özel teklifler sunulmalı.
- Geri dönenlere özel teklifler veya kişiselleştirme stratejileri ile sadakat ödüllendirilmeli.
- Bölgesel kampanyalar daha hedefli hale getirilmeli; veriye dayalı olarak performansı düşük olan bölgeler özel analizle desteklenmeli.
- Ziyaret süresini artıracak içerikler ve etkileşimler sunulmalı: video, interaktif rehberler gibi.

İletişim: ilhankocts@gmail.com

Kaynak: <https://archive.ics.uci.edu>

Anadolu Üniversitesi
İlhan KOÇ