

## DİJİTAL PAZARLAMA REHBERİ UYGULAMASI

16 Eylül 2024 tarihinde temelleri atılan StitchPoint, Türkiye pazarına küçük ama kararlı bir pazarlama ekibiyle giriş yaptı. Modern tasarımlarımızla fark yaratmayı hedefleyerek, her bir detayda kusursuzluğu yakalamayı misyon edindik. İlk kampanyamızla birlikte, StitchPoint'in vizyonunu ve tarzını yansıtan güçlü bir başlangıç yapıyoruz.

Şıklık konusundaki iddiamızı siyah rengini imzamız yaparak ortaya koyuyoruz. Siyahın zamansız şıklığını ve sofistike duruşunu marka kimliğimizin merkezine yerleştirdik. Sosyal medyadaki güçlü ve yenilikçi varlığımız sayesinde, StitchPoint kısa sürede geniş bir kitleye ulaşarak müşterilerimizde farkındalık yaratmayı başardı. Şıklığın bir tercih değil, bir yaşam biçimi olduğunu vurguluyoruz.

Bu ilk adım, StitchPoint'in moda dünyasında kalıcı bir yer edinme yolundaki başlangıcıdır. İlk kampanyamızla ortaya koyduğumuz güçlü giriş, daha büyük hedeflere ulaşma yolculuğumuzun sadece başlangıcını temsil ediyor. StitchPoint, şıklığın çıtasını yükseltmek ve sınırları yeniden tanımlamak için kararlı bir şekilde ilerliyor.

### Stajyer Dijital Pazarlama Rehberi

*Başlama Tarihi: 16.11.2024*

*Bitiş Tarihi: 25.11.2024*

### Bölüm 1: Temel Kavramlar ve Strateji Oluşturma

#### Dijital Pazarlama Temelleri

- Dijital pazarlama, markaların dijital platformlar aracılığıyla hedef kitlelerine ulaşmasını sağlayan modern bir pazarlama yöntemidir. Teknolojinin gelişimiyle birlikte daha ölçülebilir ve etkili bir hale gelmiştir.
- Geleneksel pazarlama, televizyon, radyo ve basılı materyaller gibi geniş kitlelere hitap eden yöntemlere dayanır. Ancak, bir reklamın başarısını ölçmek ve hedef kitleye ulaşp ulaşmadığını anlamak zordur. Örneğin, televizyonda yayınlanan bir reklamın etkisi sınırlı kalabilir ve doğru kitleye ulaşamama riski yüksektir. Ayrıca, geleneksel yöntemler genellikle yüksek maliyetlidir. Dijital pazarlama ise düşük bütçelerle yüksek etki sağlama fırsatı sunar ve hedefleme açısından daha keskin bir yaklaşım sağlar.
- Dijital pazarlamanın en büyük avantajlarından biri, kampanyaların performansını anlık olarak takip edebilme ve ihtiyaç halinde hızlıca optimize edebilme imkanı sunmasıdır. Ancak, dijital dünyada rekabetin yoğunluğu ve sürekli değişen

algoritmalar gibi zorluklar da göz ardı edilemez. StitchPoint olarak, bu dinamik yapıya uyum sağlamak için dijital pazarlama trendlerini yakından takip ediyor ve sürekli gelişime açık bir strateji benimsiyoruz. Modern pazarlamanın sunduğu bu avantajlarla, markamızın hikayesini doğru kitleye en etkili şekilde ulaştırmayı hedefliyoruz.

## **Hedef Belirleme ve Analiz**

- **Hedef Kitle Belirleme: Demografik, Psikografik Analiz:**

StitchPoint'in şu anki hedef kitlesi, sadece kadınlara hitap eden bir kataloğa sahip olduğu için kadınlardır. Ancak erkek kataloğu üzerinde çalışmalar devam etmekte olup, beklenen hedeflere ulaşıldığında bu katalog da sunulacaktır. Şu anki öncelikli hedef kitemiz, 18-45 yaş arasındaki kadınlardır, özellikle 25 yaş üstü, kendi ekonomik özgürlüğünü kazanmış kadınlar. Ayrıca, fiziksel mağazaların eksikliği nedeniyle online alışveriş yapmayı tercih eden kişiler de öncelikli olarak hedef alınmaktadır. Bu stratejiyle, e-ticaretin sunduğu avantajlarla hedef kitemizi doğru şekilde ulaşmayı amaçlıyoruz.

- **Pazarlama Hunisi Anlayışı:**

StitchPoint olarak, standart pazarlama hunisini (farkındalık, değerlendirme, dönüşüm ve sadakat) kullanıyoruz. Yeni bir marka olduğumuz için farkındalık aşamasına büyük bir önem veriyoruz ve bu aşama bizim için en öncelikli adım. Ürünlerimizin eşsizliği nedeniyle farkındalığı yarattıktan ve müşterinin güvenini kazandıktan sonra ki adımların doğru orantılı bir şekilde gelişmesini öngörüyoruz. Şu anki en büyük odağımız, doğru kitleye ulaşarak marka bilinirliğimizi en üst seviyeye çıkarmaktır. Markamız büyüdükçe, gelecekte müşteri sadakat programları gibi ileri stratejiler uygulamayı planlıyoruz.

- **Rakip Analizi: Güçlü ve Zayıf Yanlarını Belirleme:**

StitchPoint, sık giyim konusunda tanınan İpekyol, Zara, Oxxo gibi markalar ve benzeri sık görünümle akıllarda yer alan markaları rakip olarak görüyoruz. Zayıf yanlarımız arasında, mağaza eksikliğimiz, müşterilere satın almadan önce ürünleri deneme fırsatı sunamamamız ve yeni bir marka olmamız nedeniyle müşterilerin güvenini kazanma konusunda yaşanabilecek zorluklar bulunmaktadır. Ayrıca, erkek kataloğumuzun henüz eksik olması nedeniyle potansiyel erkek müşterilerimize şu anlık ulaşamıyoruz. Öte yandan, güçlü yanlarımız arasında piyasanın şıklık konusundaki fiyatlandırma politikalarına oldukça hakim olmamız yer alıyor. Şıklık ve kaliteden ödün vermeden, müşterilerimize uygun fiyat fırsatları sunarak ve rakiplerimizi bu fiyatlara inme konusunda zorlayarak dikkat çekiyoruz. Ayrıca, özel parçalarımızla büyük bir ilgi görmeyi hedefliyoruz ve bu parçalarla markamıza özgün ve akılda kalıcı bir yer edinmeyi planlıyoruz.

## **Strateji Geliştirme ve Planlama**

- **SMART Hedefleri Belirleme:**

StitchPoint olarak belirleyeceğimiz strateji, modern SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) hedefleme taktiği ile şekillenecek. SMART hedefi, her adımda neyi başarmayı amaçladığımızı net bir şekilde belirlememizi sağlayacak. Şu anki SMART hedefimiz, 3 ay içerisinde Instagram ve TikTok platformlarında 5.000 organik etkileşim alarak farkındalık yaratmak ve web sitemize gelen ziyaretçi sayısını %20 artırmak, bununla birlikte satış oranında %5 büyümeye sağlamaktır.

- **İçerik Stratejisi Oluşturma:**

Şu an için içerik stratejimiz, görsel ağırlıklı sosyal medya platformları (Instagram ve TikTok) üzerinden yoğunlaşmaktadır. Hedef kitlenin ilgisini çekecek görseller, videolar ve stil ipuçları içeren içerikler paylaşıyoruz. Ürünlerimizin eşsizliği ve kalitesini vurgulayan içerikler, dikkatli bir şekilde oluşturulmaktadır. Sosyal medya paylaşımlarında en çok etkileşim alınan içerik türlerini belirleyerek stratejimizi sürekli olarak güncelliyoruz.

- **Kanal Seçimi:**

Henüz netleşmiş bir müşteri profilimiz olmadığı için e-posta pazarlaması şu an için ileriye dönük bir strateji olarak planlanmaktadır. E-posta haber bülteni kanalı için bir abone kitlesi oluşturmamız gerektiğinden, şu an e-posta pazarlama çalışmalarını şu an başlatmayı düşünmüyoruz. Gelecekte, e-posta bültenimize abone olan kullanıcılara özel indirim fırsatları sunarak bu kanal üzerinden iletişime geçmeyi hedefliyoruz. Şu an için odak noktamız, doğal trafik sağlayan SEO ve sosyal medya kanallarıdır. Özellikle Instagram ve TikTok gibi görsel içerik odaklı platformlarda etkin bir şekilde yer alıyoruz. Ayrıca, çok düşük bütçeli SEM ve PPC çalışmalarımızla bu kanallarda görünürlük elde ediyoruz. Bu stratejilerin bütçelerini markamız büyüdükçe artırarak, başarıımızı ve büyümemizi pekiştirmeyi planlıyoruz.

## **Bölüm 2: Dijital Pazarlama Araçları ve Kanalları**

### **Web Sitesi Optimizasyonu**

- **SEO:**

StitchPoint, şıklık, modern, genç gibi anahtar kelimelerle ürünlerini arayan kişilerin karşısına çıkmayı hedefliyor. Bu strateji ile web sitemizin görünürlüğünü artırarak doğru hedef kitleye ulaşmayı planlıyoruz. SEO çalışmalarımız, sadece doğru anahtar kelimeleri içermekle kalmıyor, aynı zamanda kaliteli backlinkler oluşturarak ana sayfamıza olan doğal trafiği yükseltmeyi amaçlıyoruz.

- **Kullanıcı Deneyimi ve Mobil Uyumluluk:**

Web sitemiz, hem masaüstü hem de mobil cihazlarda mükemmel bir deneyim sunacak şekilde optimize edilmiştir. Mobil uyumluluğumuz, kullanıcıların telefonlarından sorunsuz bir şekilde alışveriş yapabilmelerini sağlar, bu da dönüşüm oranlarını artırır.

- **Hızlı Yükleme Süreleri ve Site Performansı:**

Site hızımızı sürekli izliyor ve optimize ediyoruz. Hedefimiz, web sitemizin hızlı yüklenmesini sağlayarak kullanıcıların kesintisiz alışveriş deneyimi yaşamasını temin etmek ve bu sayede dönüşüm oranlarını artırmaktır.

## **Sosyal Medya Pazarlama**

- **Sosyal Medya Stratejisi Geliştirme:**

StitchPoint, görsel ağırlıklı içeriklerin en etkili olduğu sosyal medya platformlarına odaklanmaktadır. Instagram ve TikTok gibi platformlarda şıklık ve modernliği vurgulayan dinamik içeriklerle hedef kitleye ulaşmayı planlıyoruz. Bu strateji, genç ve dinamik kitlemizi etkilemek için en iyi fırsatı sunuyor.

- **Platform Seçimi ve İçerik Uyumu:**

İçeriklerin her platforma özel şekilde uyarlanması önemlidir. Instagram'da şıklık ve zarafeti ön plana çıkaran görseller, TikTok'ta ise enerjik ve eğlenceli içerikler ile markamıza ait özgün bir dil oluşturuyoruz. Her platformda kitlenin ilgisini çekecek özgün içerikler üretmek, etkileşimi artırmanın anahtarıdır.

- **İnteraktif Kampanyalar ve Influencer İşbirlikleri:**

Etkileşimi artırmak amacıyla influencer işbirlikleri gerçekleştirmeyi planlıyor ve takipçilerimizle interaktif kampanyalarla daha derin bağlar kurmak istiyoruz. Sosyal medya üzerinde anketlere katılım sağlama ve yorumlarını belirtme konularında müşterilerimizi cesaretlendiriyoruz.

## **E-Posta Pazarlama**

- **E-Posta Listesi Oluşturma ve Segmentasyon:**

Şu an segmentasyonumuz tam olarak oluşturulmamış olsa da, 18-25, 25-30 ve 30-45 yaş aralıklarında erkek ve kadın hedef kitleleri için farklı içerik önerilerimiz bulunmaktadır. Gelecekte e-posta bültenimize üye olan kullanıcılara, ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş indirimler ve fırsatlar sunarak, segmentasyon stratejimizi geliştirmeyi hedefliyoruz ileride.

- **Kişiselleştirme ve Otomasyon Stratejileri:**

E-posta içeriklerimizi kişiselleştirerek daha yüksek etkileşim almayı planlıyoruz. Özellikle segmentlere özel içerik ve teklifler sunarak kullanıcı deneyimini iyileştirecek otomasyon sistemleri kuracağız.

- **E-Posta Analizi ve A/B Testleri:**

Henüz bu alanda yeterince veri elde etmediğimiz için hangi e-posta içeriklerinin daha iyi performans sergileyeceği konusunda fikir sahibi değiliz. Fakat arka planda aynı içerik için farklı sunum şekilleri hazırlıyor ve bunları ileri e-posta kampanyalarımızda test etmek için saklıyoruz.

### **İçerik Pazarlama**

- **İçerik Planlaması ve Takvim Oluşturma:**

StitchPoint, içerik planlaması yaparak düzenli olarak blog yazıları, video içerikleri ve infografikler yayımlamaktadır. İçeriklerin periyodik olarak paylaşılması, markamızın sürekli olarak görünür kalmasını sağlar.

- **Blog Yazıları, Video İçerikleri, Infografikler:**

Blog yazıları ve video içeriklerimizde şıklık, modern tasarımlar ve kaliteyi vurgulayan içerikler oluşturuyoruz. Aynı zamanda infografikler ile markamızın sunduğu özel parçalar hakkında bilgi vererek, kitlenin ilgisini çekmeyi hedefliyoruz.

- **İçerik Paylaşım Stratejisi:**

İçeriklerin doğru zamanda ve doğru platformda paylaşılması büyük önem taşır. İçerik takvimimizde, hedef kitlemizin en aktif olduğu zaman dilimlerine göre içeriklerimizi paylaşmayı planlıyoruz ve hedef kitlemizin hangi zaman dilimlerinde en aktif olacağını öğrenmek için üçüncü parti şirketlerin verilerini incelemekteyiz.

## **Bölüm 3: Kampanya Yürütme ve Analiz**

### **Kampanya Oluşturma**

- **Hedefe Yönelik Kampanya Tasarımı:**

StitchPoint, her kampanyayı belirli hedeflere odaklanarak tasarlamaktadır. Örneğin, farkındalık oluşturmak amacıyla yapılan kampanyalarda, markanın şıklığı ve özgünlüğü vurgulayan içerikler kullanacağız. Satış artırma hedefli kampanyalarda ise özel indirimler ve sınırlı süreli teklifler gibi eyleme geçirici kampanyalar hazırlamayı planlıyoruz.

- **Grafik Tasarım ve İçerik Üretimi:**

Kampanyamız için gereken grafik tasarımlar, markanın modern ve şık görünümünü yansıtan görsellerle hazırlanır. Video içerikleri, özellikle Instagram ve TikTok için dinamik ve dikkat çekici şekilde tasarlanarak, kitlenin ilgisini çekmek için yaratıcı çözümler üretilmektedir.

- **Bütçe Planlama ve Kaynak Tahsisi:**

Kampanya bütçeleri, hedeflere ve platformların etkinliğine göre planlanır. StitchPoint'in şu an uyguladığı bütçenin büyük bir kısmı SEO ve sosyal medya pazarlamasına gitmektedir. Bunun yanı sıra ufak çaplı SEM ve PPC stratejileri ile başarılarımızı pekiştirmeyi planlıyoruz.

### **Kampanya İzleme ve Analiz**

- **Analitik Araçlar Kullanma:**

Kampanyaların etkinliğini değerlendirmek için Google Analytics ve Sprout Social gibi analitik araçlar kullanılmaktadır. Bu araçlar sayesinde, hangi kampanyaların daha iyi performans gösterdiği, ziyaretçi davranışları ve dönüşüm oranları detaylı bir şekilde izleyeceğiz.

- **Dönüşüm Oranlarını ve Etkileşimleri Ölçme:**

Kampanyaların başarısını, belirlenen hedeflere ne kadar ulaşıldığına bakarak ölçüyoruz. Örneğin, sosyal medyada etkileşim alma amaçlı bir kampanyamızda olabildiğinde etkileşim almayı planlıyoruz. İçeriğin satışlarımız üzerindeki artış veya düşüş gibi belirlediğimiz hedefin dışındaki unsurları verilerimize ekliyoruz fakat bunun kampanyanın başarı oranını etkilemesine izin vermiyoruz.

- **Kampanya Raporları ve Performans Değerlendirmesi:**

Kampanyamızın sonunda, performans raporları hazırlamayı planlıyoruz. Bu raporlarda kampanyanın genel başarısı, kullanıcı etkileşim oranları, satış artışı gibi veriler yer alacaktır. Elde edilen veriler ışığında, bize bir rehber olarak, kampanyaların gelecekte nasıl daha verimli hale getirilebileceği üzerine değerlendirmeler yapacağız.

### **Sürekli İyileştirme**

- **Geribildirim Toplama ve Değerlendirme:**

Kullanıcılardan ve müşterilerden alınan geribildirimler, kampanyaların başarısını değerlendirmenin önemli bir parçasıdır ve şu ana kadar alınan olumlu veriler StitchPoint'in doğru yolda olduğunu göstermektedir. Bu geribildirimler, içeriklerin daha iyi hale getirilmesi ve hedef kitlenin isteklerine göre kampanyaların özelleştirilmesi için kritik bilgiler sağlar.

- **Strateji Revizyonları ve Güncellemeler:**

Kampanya süresince alınan sonuçlara göre strateji revizyonları yapılır. Örneğin, bir kampanya beklenen dönüşümü sağlamakta zorlanıyorsa, içerik ve hedef kitle değişiklikleri yapılabilir. Bu sürekli güncellemeler, pazarlama stratejisinin daha dinamik ve verimli olmasını sağlar.

- **Rekabet Analizi ve Sektör Trendlerini Takip Etme:**

StitchPoint, rakiplerinin ne yaptığına ve sektördeki yeni trendlere düzenli olarak göz atmaktadır. Bu analizler, yeni fiyat fırsatları yaratmak, sektördeki boşlukları görmek ve stratejiyi buna göre şekillendirmek için kullanılır. Rekabetin nereye doğru gittiğini izlemek, markanın güçlü yanlarını daha iyi kullanmak için önemli bir adımdır.

#### 4. Kaynaklar

<https://www.coursera.org>

<https://academy.hubspot.com>

<https://app.leonardo.ai/image-generation>

#### 5. Ekler





# STITCHPOINT

LINKING CHIC TO ELEGANCE.



StitchPoint

Linking Chic to Elegance

1.2K



StitchPoint

Linking Chic to Elegance



StitchPoint

Linking Chic to Elegance

# STITCHPOINT.

