



Yona Jewellery
Digital
Marketing
Strategy

Cansu Çakır

Marka Kimligi

- "Yona Jewellery" adı elegant, zarif ve sofistike bir marka olduğunu yansıtacak şekilde seçilmiştir. "Yona" kelimesi, zarafet, güzellik ve benzersizlik gibi olumlu özellikleri çağrıştırırken etimolojik anlamda doğal güzellik anlamına gelmektedir.



yona
JEWELLERY

Logo ve Renk Paleti:

- Logo, markanın zarif ve estetik özelliklerini yansıtmaktadır. Renk paleti, temel olarak parlak gümüş tonlarından oluşmaktadır. Daha soğuk tonlardan oluşan renk paleti, metalik renklerle şık bir marka imajı oluşturmayı hedeflemektedir.



Hikaye ve Değerler:

- Misyon ve vizyon bağlamında Yona Jewellery, her takının kişisel bir hikayesi olduğunu, ve bu hikayelerin müşterilere özel anıları temsil ettiğini vurgulamayı amaçlamaktadır. Bu fikirden yola çıkılarak alıcının satın aldığı ürünle kendini ifade etmesi hedeflenmektedir.
- Kaliteli malzemeler ve işçilik, müşteri memnuniyeti, sürdürülebilirlik gibi değerler ön planda tutulmaktadır.



Marka Stratejisi:

1. Hedef Kitle:

1. 18-45 yaş aralığındaki, şıklığı önemseyen, kaliteli takılara ilgi duyan kadınlar.

2. Ürün Portföyü:

1. Yüzükler, kolyeler, bilezikler, chokerlar, kelepçeler ve küpeler gibi çeşitli takı türlerini içeren geniş bir ürün yelpazesi sunulmaktadır.
2. Sezon takibine uygun ve zamansız parçalarla müşteri çeşitliliğine odaklanılmaktadır.

A black and white photograph showing three Cartier rings resting on a dark, textured fabric. The rings are positioned diagonally across the frame. The top ring is a Cartier Love ring with a visible screw mechanism. The middle ring is a simple band. The bottom ring is another Cartier Love ring. The lighting creates highlights on the metal surfaces of the rings.

Marka Stratejisi:

- Kullanıma bağılı deformasyonlara karşı kalite güvence seçeneğı sunularak alıcı memnuniyeti hedef alınmaktadır.
- Müşteri deneyimi konusuna ek olarak kolay iade ve değışim politikaları ile müşteri memnuniyetini artırmak amaçlanmaktadır.
- Müşteri geri bildirimlerini en hızlı şekilde değıerlendirmek, geri dönüş sağlamak ve ürünleri sürekli olarak geliştirmek de marka stratejilerinin arasında yer almaktadır.

İletişim Stratejisi:

- Sosyal medya, blog yazıları, e-posta pazarlama gibi kanalları kullanarak müşterilere ürün hikayelerini anlatmak.
- Başlangıçta mikro Influencer işbirlikleri ile marka bilinirliğini artırmak.

Dijital Varlık ve E-Ticaret:

- Güçlü bir e-ticaret platformu oluşturarak müşterilere kolay ve güvenli bir alışveriş deneyimi sunmak.
- Sosyal medya, özellikle Instagram ve Pinterest gibi görsel platformlarda aktif olarak yer almak.

Fiyat Stratejisi:

- Başlangıçta orta, ilerleyen süreçte orta üst segmentte konumlanmak, kaliteli malzemeler ve işçilikle uygun fiyat sunmak.

Kullanılan Dijital Stratejiler

Sosyal Medya Pazarlaması:

- Online reklamcılık; Tiktok, Instagram, Pinterest ve Facebook gibi görsel ağırlıklı sosyal medya platformlarında aktif bir varlık oluşturulması.
- Özgün, şık ve kaliteli fotoğraf çekimleri ile rakiplerden sıyrılarak ürünlerin öne çıkarılması.
- Hedef kitle ile etkileşimde bulunmak için anketler düzenlenilmesi.
- Erişilebilirlik ve Tasarım.

Influencer Pazarlaması:

- Ürünleri tanıtmak ve marka bilinirliğini artırmak için takı modasına duyarlı ve alıcı kitlesine hitap eden influencer'larla işbirlikleri yapılması.
- Çekilişler ve Influencerlar aracılığıyla özel indirim kodları veya etkinlikler düzenlenilmesi.

SEO (Arama Motoru Optimizasyonu):

- Mücevher ve takı ile ilgili anahtar kelime kullanımıyla öne çıkmak için çeşitli SEO stratejileri,(anahtar kelime, teknik alt yapı detayları ve site kontrolleri, google search console, Semrush vs.) kullanılması.

Kullanılan Dijital Stratejiler

İçerik Pazarlaması:

- Takı kombinleme fikirleri, ve ürünlere özel içerik rehberleri gibi konularda bilgilendirici ve ilgi çekici içerikler üretilmesi.
- Blog yazıları, video içerikleri, ve infografikler kullanarak hedef kitle ile olan iletişimi güncel tutup arttırmak.

E-posta Pazarlaması:

- Abonelere özel indirimler, yeni ürün duyuruları ve özel etkinlik bilgileri içeren düzenli e-posta bültenleri gönderilmesi.

Dijital Reklamcılık:

1. Google Ads ve Facebook Ads gibi reklam platformlarını kullanarak hedef kitleye yönlendirilmiş reklam kampanyaları oluşturmak hedeflenmektedir.

Aylık Bütçe Dağılımı (Türk Lirası):

1. Web Sitesi ve Altyapı:

1. Web sitesi geliştirme ve bakım: ₺15,000
2. SSL Sertifikası ve Güvenlik: ₺4,000

2. Sosyal Medya Pazarlaması:

1. İçerik üretimi ve planlama: ₺7,000
2. Sosyal medya reklamları: ₺10,000
3. Influencer işbirlikleri: ₺15,000

3. İçerik Pazarlaması:

1. Blog yazıları ve SEO: ₺15,000

4. E-posta Pazarlaması:

1. E-posta pazarlama yazılımı: ₺2,250
2. İçerik ve tasarım: ₺7,000

5. Online Reklamcılık:

1. Google Ads ve Facebook Ads: ₺20,000

6. Topluluk Yönetimi ve Müşteri İlişkileri:

1. Sosyal medya yönetimi: ₺11,250

7. Analiz ve İzleme Araçları:

1. Google Analytics ve diğer analiz araçları: ₺4,000

Toplam Aylık Bütçe: ₺95,000

Pazarlama Stratejisi (6 Aylık)

Ay 1-2: Açılış, Lansman ve Bilinirlik Artırma

- Yona'nın dijital platformlarda lansmanını yapmak.
- Sosyal medya kampanyaları ile marka bilinirliğini artırmak.
- Mikro Influencerlarla işbirlikleri ile marka tanıtımı yapmak.

Ay 3-4: İçerik Pazarlaması ve Etkileşim

- Ürünler ve marka hakkında güncel içerikler üretmek.
- Sosyal medyanın efektif ve düzenli kullanımı.
- Mini çekilişler ile etkileşim arttırılması.

Ay 5-6: İndirim ve Özel Teklifler

- Özel günler (örneğin, Yılbaşı, Sevgililer Günü, Anneler Günü) için sezonsal ve tematik kampanyalar yapmak.
- Sınırlı süreli indirimler ve özel teklifler sunarak satış artışı sağlamak.
- Memnuniyet anketleri ile geri bildirim değerlendirmesi yapmak.



yona
JEWELLERY

Tesekkürler..