

**DİJİTAL PAZARLAMA REHBERİ UYGULAMASI**

Efes Pilsen, ‘’Müzik Bu Kapağın Altında’’ kampanyasıyla genç hedef kitlesiyle daha güçlü bir bağ kurmayı, markaya olan bağlılığı artırmayı ve aynı zamanda müzikle özdeşleşerek farklı bir marka deneyimi sunmayı amaçlamıştır.

Shazam ile yapılan iş birliği, bu hedeflere ulaşmak için önemli bir araç olmuştur.

Kampanya, Efes Pilsen’in sosyal medya hesaplarında yoğun bir şekilde duyurulmuştur. Müzik ve gençlik kültürüne uygun influencer’larla iş birliği yapılarak daha geniş kitlelere ulaştırılmıştır. Efes Pilsen şişelerinin üstüne yerleştirilen özel kodlar sayesinde Shazam uygulaması ile tarandığında kullanıcılara özel müzikler ve sürprizler sunulmuştur.

Satış noktalarında gerçekleşen etkinliklerle birlikte kullanıcıların ürünü deneyimlemelerini ve satın almasını sağlamıştır.

Müzik ve içecek deneyimini benzersiz bir şekilde birleştiren kampanyası, 10 milyon Shazam ile tarihe geçti. Bu başarı, müşterilerinin markalarına olan bağlılığını güçlendirerek sektörde yeni bir standart belirledi.

## **Stajyer Dijital Pazarlama Rehberi**

*Başlama Tarihi: 19.11.2024*

*Bitiş Tarihi: 25.11.2024*

## **Bölüm 1: Temel Kavramlar ve Strateji Oluşturma**

### **1.1 Dijital Pazarlama Temelleri**

### Dijital pazarlama, ürün ve hizmetlerin dijital kanallar üzerinden tanıtım ve satışını sağlar. Geleneksel pazarlamadan farklı olarak küresel erişim, düşük maliyet ve kişiselleştirme avantajları sunar. Ancak yoğun rekabet ve veri gizliliği gibi zorluklar barındırır. Efes Pilsen, "Müzik Bu Kapağın Altında" kampanyasıyla Shazam iş birliği sayesinde müzik ve içecek deneyimini birleştirerek 10 milyon kullanıcıya ulaştı. Bu kampanya, markaya bağlılığı artırarak sektörde yeni bir standart oluşturdu.

### **1.2 Hedef Belirleme ve Analiz**

### Hedefler: Sosyal medya etkileşimini bir ay içinde %30 artırmak. Kampanyaya katılımı %20 oranında artırmak. Web sitesi trafiğini %15 artırmak.

### Hedef Kitle: Yaş Aralığı: 18-35, genç ve dinamik kullanıcılar.

### İlgi Alanları: Müzik, eğlence, sosyal medya ve dijital içeriklere ilgi duyan kullanıcılar.

### Davranışlar: Çevrimiçi alışveriş yapmaya eğilimli, mobil cihazlarını aktif olarak kullanan ve sosyal medya üzerinden etkileşimde bulunmayı seven bireyler.

### Coğrafi Konum: Türkiye genelindeki büyük şehirlerde ve genç nüfusun yoğun olduğu bölgelerde yaşayan kullanıcılar.

### Pazarlama Stratejisi:

### Pazarlama Hunisi: Farkındalık, etkileşim, satın alma sürecini kapsayacak şekilde sosyal medya, web sitesi ve influencer işbirlikleri ile yönlendirilmiş.

### Rakip Analizi: Efes Pilsen, rakip markaların sosyal medya kampanyalarını inceleyerek kendisini farklılaştıran genç ve müzikle bütünleşmiş bir kampanya stratejisi belirlemiştir. Rakiplerin güçlü yönlerini (genç kitleye hitap etme, dijital içerikler) analiz etmiş ve zayıf yönlerinden (zayıf kullanıcı etkileşimi, az sosyal medya katılımı) faydalanarak rekabet avantajı elde etmiştir.

### **1.3 Strateji Geliştirme ve Planlama**

### **SMART Hedefleri**

### Kampanyanın hedefleri, spesifik, ölçülebilir, ulaşılabilir, alakalı ve zaman sınırlı olarak belirlenmiştir. Örneğin, sosyal medya etkileşimlerini %25 artırmayı ve kampanyaya katılımı %20 oranında yükseltmeyi amaçlamıştır. Hedeflerin gerçekleştirilmesi için ölçüm ve takip yapılmıştır.

### **İçerik Stratejisi**

### Efes Pilsen, genç hedef kitlesi için müzik ve eğlence temalı içerikler hazırlamıştır. Bloglarda teknoloji ve müzik trendlerine dair yazılar yayınlanarak bilinirlik artırılmıştır. Sosyal medya üzerinden ise dinamik görsel içerikler ve videolarla kampanya tanıtımı yapılmış, genç kullanıcıların ilgisi çekilmiştir.

## **Kanal Seçimi**

## Sosyal medya, SEO ve SEM gibi dijital araçlarla geniş kitlelere ulaşılmıştır. Instagram ve TikTok gibi platformlar üzerinden yapılan tanıtımlar, kampanyanın etkileşimini artırmıştır. SEO, web sitesi trafiğini uzun vadeli artırmaya yönelik kullanılırken, SEM ile kampanya hızlı bir şekilde yayılarak kısa vadede etkili sonuçlar elde edilmiştir. E-posta pazarlama da kullanılarak müşteri sadakati oluşturulmuştur.

## **Strateji**

## Genç kitleyi hedeflemek amacıyla sosyal medya kampanyaları ve etkileşimli içerikler kullanılmıştır. SEO ve SEM ile kısa ve uzun vadeli trafik artışı sağlanmış, kampanyaya katılım teşvik edilmiştir. Ayrıca, kişiselleştirilmiş e-posta kampanyaları ile sadakat oluşturulmuştur.

## **Bütçe ve Kaynak Yönetimi**

## Sosyal medya reklamları için bütçe ayrılmış, içerik üretimi için grafik tasarımcı ve içerik üreticileri görevlendirilmiştir. Kampanyaya katılımı artırmak için QR kodlarının yerleştirileceği billboardlar belirlenmiş ve kazananların uçak biletleri için maliyetler hesaplanıp bütçelenmiştir.

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

## **Web Sitesi Optimizasyonu:** Efes Pilsen, "Müzik Bu Kapağın Altında" kampanyasında web sitesinin görünürlüğünü artırmak için SEO iyileştirmeleri yapmıştır. Anahtar kelime araştırması yapılarak, kampanyaya uygun terimler (örneğin, "Efes Pilsen kampanyası", "müzik kampanyası") siteye entegre edilmiştir. Web sitesi hızlı yükleme süreleri ve mobil uyumluluk sağlayacak şekilde optimize edilmiştir, böylece kullanıcı deneyimi iyileştirilmiştir.

## **Sosyal Medya Pazarlama:** Instagram ve TikTok gibi sosyal medya platformlarında kampanya tanıtımları yapılmış, geniş kitlelere ulaşılabilmiştir. Etkileşimli paylaşımlar ve hashtag kampanyaları (#MüzikBuKapağınAltında) ile kullanıcıların kampanyaya dahil olması teşvik edilmiştir. Ayrıca, bilet kazanan kullanıcıların paylaşımlarını Instagram hikayelerinde paylaşarak, organik etkileşim artırılmıştır.

## **E-Posta Pazarlama:** Efes Pilsen, kişiselleştirilmiş e-posta kampanyaları ile kullanıcılara doğrudan ulaşmıştır. Kampanyanın başlangıcı ve önemli hatırlatmaları, kullanıcıların algoritmalarında görünmesi için mail aracılığıyla duyurulmuştur. Özel teklifler ve indirimlerle müşteri sadakati oluşturulmaya çalışılmıştır.

## **İçerik Pazarlama:** Kampanya süresince blog yazıları ile müzik ve gençlik kültürüne dair içerikler sunulmuş, böylece hem bilinirlik artırılmış hem de SEO desteği sağlanmıştır. Video içerikler ile kampanyanın tanıtımı yapılmış, ürün incelemeleri ve kullanım kılavuzları da kullanıcılarla paylaşılmıştır. Ayrıca, şehirlerdeki stratejik noktalarda bilbordlarda QR kodları yerleştirilerek kampanyaya katılım teşvik edilmiştir. Web sitesi üzerinden kampanyanın varlığı, dikkat çekici görsel ve afişlerle desteklenmiştir.

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

**Kampanya Oluşturma:**

Efes Pilsen, "Müzik Bu Kapağın Altında" kampanyasında sosyal medya üzerinden geniş bir tanıtım yapmıştır. Instagram üzerinden yapılan tanıtımlar, hedef kitleyi etkin bir şekilde çekmiş ve kampanya farkındalığını artırmıştır. E-posta kampanyası ile özel indirim fırsatları sunulmuş, kullanıcılara kişiselleştirilmiş mesajlar gönderilerek katılım teşvik edilmiştir. QR kodlar, bilbordlarda yer alarak kullanıcıların kampanyaya hızlı erişimini sağlamıştır. TikTok üzerinde video içerikler paylaşarak genç kitleye yönelik eğlenceli ve dikkat çekici içeriklerle kampanyaya destek verilmiştir.

**İzleme ve Analiz:**

Kampanyanın başarısını ölçmek için Google Analytics kullanılarak web sitesi trafiği ve dönüşüm oranları düzenli olarak izlenmiştir. Bu veriler, kampanyanın etkililiği hakkında derinlemesine bilgi sunmuş ve hangi pazarlama stratejilerinin daha başarılı olduğunu göstermiştir. Sosyal medya analitik araçlarıyla Instagram ve TikTok üzerindeki etkileşimler analiz edilmiştir. Paylaşımlar, beğeniler, yorumlar ve paylaşımlar gibi veriler kampanyanın etkileşimini değerlendirip, stratejilerde güncellemeler yapmayı sağlamıştır.

**Sürekli İyileştirme:**

Kampanya süresince müşteri geri bildirimleri toplanarak, kullanıcıların deneyimlerine göre iyileştirmeler yapılmıştır. Performans analizleri, kampanyanın başarılı ve başarısız yönlerini belirlemeyi mümkün kılmıştır. Ayrıca, hata alan kullanıcılar için algoritmada iyileştirmeler yapılmış, böylece kullanıcı deneyimi daha sorunsuz hale getirilmiştir. Bu sürekli iyileştirme süreci, kampanyanın etkinliğini artırarak daha iyi sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır.

**4. Kaynaklar**

<https://mediacat.com/muzik-bu-kapagin-altinda/>

**5. Ekler**

