

ÜMMÜHAN KAHRAMAN



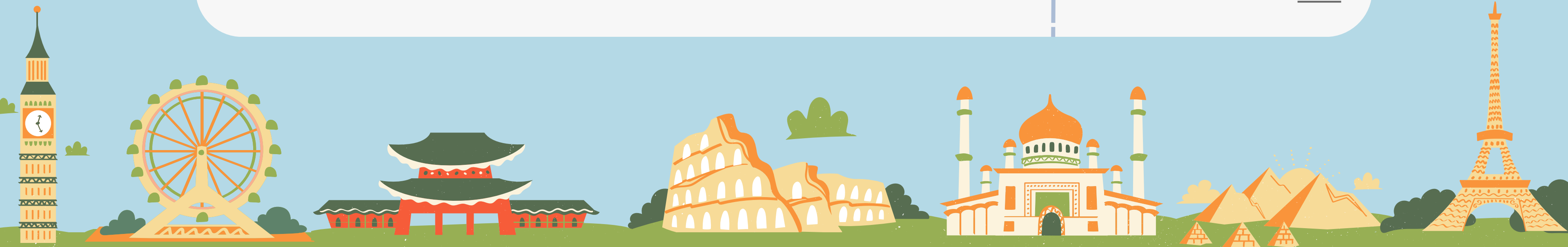
**Bilet** Dükkanı

NAME

FLIGHT

GATE

SEAT



[Bilet Dükkanı](#)[Uçak Bileti](#)[Otel](#)[Transfer](#)[Araç Kiralama](#)[Acenta](#)[Giriş](#)[Üye Ol](#)[Giriş Yap](#)

Akıllı Seyahat Fırsatları ile Tatilini Planla!

[Uçak Bileti](#) [Otel](#) [Transfer](#) [Araç Kiralama](#)

☒ Tek yön

☐ Gidiş-Dönüş

☐ Sadece aktarmalı uçuşlar

Nereden?  
İstanbul - Tüm Havalimanları

Nereye?  
Şehir veya Havalimanı

Gidiş Tarihi  
2 Ekim, Pn

Dönüş Ekle

Yolcu  
1 Yolcu, Ekonomi

Uçak Bileti Ara

[Online Check - In](#)

[PNR Sorgula](#)

[Biletimi İptal Et](#)

[Yardım](#)

**Metropol Card LILARA ÖZEL**

**UÇAK BİLETİNE**

**250 TL HEDİYE!**

**HEMEN KEŞFET**

**Mobil Uygulamayı Hemen İndir**

Diadığınız yenden sarıyeter içinde uçak, otel ve transfer rezervasyonunu yapın!

[Google Play](#)

[App Store](#)

**TÜRKİSH AIRLINES**

**PEGASUS**

**SunExpress**

**ANADOLUJET**

Tüm Hava Yolları



**Güvenli Alışveriş**

Uçak bileti, otel rezervasyonu, araç kiralama ve transfer hizmetlerini Bilet Dükkanı güvencesiyle alın.



**Avantajlı Fiyatlar**

Tüm hizmetlerimiz için avantajlı kampanyalarımız takip ederek, bütçenize uygun alışveriş yapabilirsiniz.



**Kredi Kartına Taksit**

Hizmetlerimiz, kredi kartına taksit imkanlarından yararlanarak satın alabilirsiniz.



**7/24 Çağrı Merkezi**

7/24 hizmetler olarak 0850 281 1033 numaralı telefon numaramızdan ulaşabilirsiniz.



## Gender Distribution



iletdukkani.com

Jun 2023 - Aug 2023



Worldwide



Female

37.06%

Male

62.94%



## Age Distribution

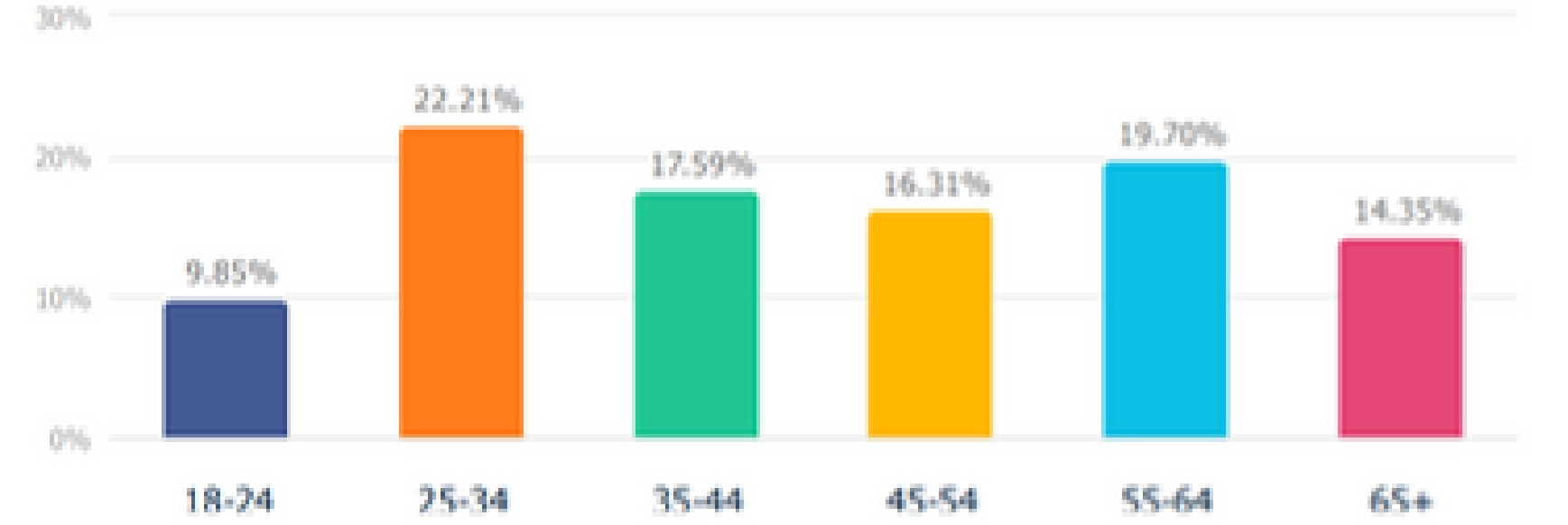


iletdukkani.com

Jun 2023 - Aug 2023



Worldwide





# Bilet Dükkanı Marketing Analysis

17

Bu raporda ilgili markaların son 3 aylık, desktop-website verileri kullanılmıştır.



Bu veriler "SimilarWeb" ve "PageSpeed Insights" kullanılarak elde edilmiştir.

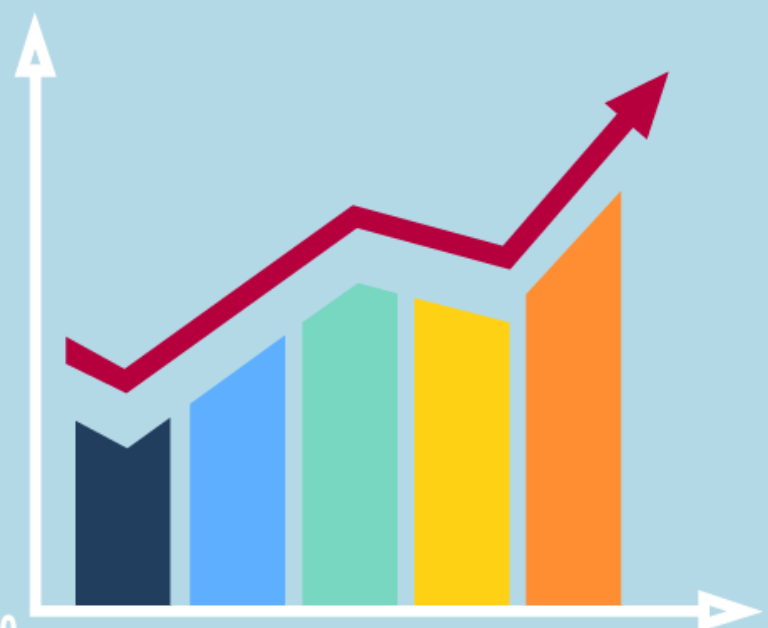
## Bilet Dükkanı Marketing

Aa Değerlendirme Kriterleri	Kriter Kategorisi	BiletDukkani
Cinsiyet Dağılımı	Demografi Verileri	• Kadın: 37.06% • Erkek: 62.94%
Yaş Dağılımı	Demografi Verileri	• 18 - 24: 9.85% • <b>25 - 34: 22.21%</b> • 35 - 44: 17.59% • 45 - 54: 16.31% • 55 - 64: 19.70% • 65+ : 14.35%
Aylık ziyaretçi sayıları	Trafik ve Erişim	266K
Ziyaretçi başına sayfa görüntülemesi	Trafik ve Erişim	7.14
Benzersiz ziyaretçi oranları	Trafik ve Erişim	101K

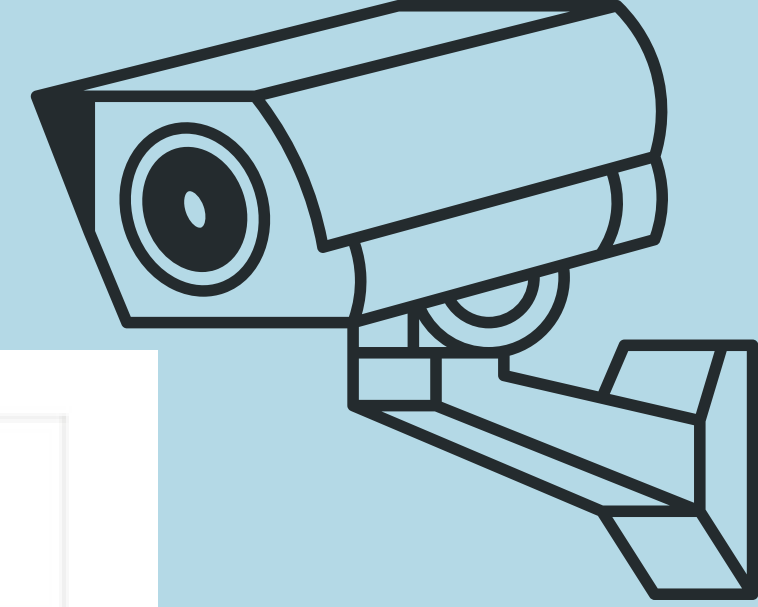
• Bu veriler Notion üzerinde hazırlanmıştır.



Aa Değerlendirme Kriterleri	Kriter Kategorisi	BiletDukkani
<u>Geri dönüş oranları (bounce rate)</u>	Trafik ve Erişim	24.79%
<u>Ortalama Ziyaret Süresi</u>	Trafik ve Erişim	00:07:02
<u>Toplam Sayfa Görüntülenmesi</u>	Trafik ve Erişim	1.9M
<u>Sitenin ziyaretçilerini müşterilere dönüştürme oranları</u>	Dönüşüm Oranları	-
<u>Ödeme ekranı terk etme oranları</u>	Dönüşüm Oranları	-
<u>Sipariş başına ortalama gelir</u>	Dönüşüm Oranları	-
<u>Sosyal medya takipçi sayıları (Temsili olarak Instagram baz alınmıştır)</u>	Sosyal Medya ve İçerik Pazarlaması	16.4B
<u>Paylaşılan içerik türleri ve frekansı</u>	Sosyal Medya ve İçerik Pazarlaması	1 Ay / 12 Reels / 3 Post
<u>Etkileşim ve paylaşım oranları</u>	Sosyal Medya ve İçerik Pazarlaması	
<u>İçerik kalitesi ve çeşitliliği</u>	Sosyal Medya ve İçerik Pazarlaması	
<u>En iyi anahtar kelimeler</u>	SEO Performansı	• bilet dükkani • uçak bileti • en uygun uçak bileti • ucuz uçak bileti
<u>Toplam anahtar kelimeler</u>	SEO Performansı	18.7K
<u>Toplam arama ziyaretleri</u>	SEO Performansı	489K (61.37%)
<u>Organik trafik oranları</u>	SEO Performansı	8.23%
<u>Ücretli Arama trafik oranları</u>	SEO Performansı	91.77%



Aa Değerlendirme Kriterleri	Kriter Kategorisi	BiletDukkani
<u>Sayfa hızı ve mobil uyumluluk</u>	SEO Performansı	• Performans: 98• Erişilebilirlik: 82 • SEO Performansı: 100
<u>E-posta abone sayıları</u>	E-posta Pazarlaması	-
<u>Açılma ve tıklama oranları</u>	E-posta Pazarlaması	-
<u>Dönüşüm oranları</u>	E-posta Pazarlaması	-
<u>E-Mail trafik oranları</u>	E-posta Pazarlaması	-
<u>Kullanıcı dostu arayüz</u>	Müşteri Deneyimi	Evet
<u>Hızlı ve güvenli ödeme işlemleri</u>	Müşteri Deneyimi	Evet
<u>Müşteri hizmetleri kalitesi ve erişilebilirliği</u>	Müşteri Deneyimi	Var
<u>Ürün sayfalarının açıklama ve görselleri</u>	Müşteri Deneyimi	İyi
<u>Ana rakiplerin kimler olduğu</u>	Rekabet Analizi	• enuygun.com • ucuzabilet.com • skyscanner.com
<u>Rakip sitelerin performansları</u>	Rekabet Analizi	• enuygun.com 83 • ucuzabilet.com 82 • skyscanner.com 83
<u>Kullanılan reklam araçları (Google Ads, Facebook Ads, vb.)</u>	Dijital Reklam Stratejisi	• Google Ads • Taboola
<u>Reklam bütçeleri ve dönüşümleri</u>	Dijital Reklam Stratejisi	-
<u>Hedeflenen kitle</u>	Dijital Reklam Stratejisi	-
<u>Reklam içerikleri (Son 1 Ay)</u>	Dijital Reklam Stratejisi	• Uçak bileti



Aa Değerlendirme Kriterleri	⌵ Kriter Kategorisi	≡ BiletDukkani
<u>Kampanya Sayısı (Son 1 Ay)</u>	Dijital Reklam Stratejisi	3
<u>Ödeme güvenliği ve SSL sertifikaları</u>	Güvenlik ve Gizlilik	3D Secure + SSL Sertifikası
<u>Müşteri verilerinin korunması</u>	Güvenlik ve Gizlilik	KVKK
<u>Web analitik araçlarının kullanımı (Google Analytics, Hotjar, vb.)</u>	Veri Analizi ve İzleme	Hotjar Google Analytics
<u>Performans raporlama sıklığı ve içeriği</u>	Veri Analizi ve İzleme	-



# SWOT



## Güçlü Yönler

- **Performans ve Hız:** Sitenin yüksek performansı ve hızı, müşterilere mükemmel bir kullanıcı deneyimi sunuyor.
- **Kampanyalar:** Kampanyalar sayesinde müşterileri cezbetmek ve sadık müşteriler elde etmek için etkili bir araç sunuyorlar.
- **Reklam Etkinliği:** Yüksek bütçelerle yaptıkları reklamlar, siteye yeni müşteriler çekiyor ve bilinirliği artırıyor.

## Fırsatlar

- **Pazar Büyümesi:** Seyahat endüstrisi sürekli büyüyor, yeni müşteri segmentleri hedeflenerek pazar payı artırılabilir.
- **Teknolojik İlerlemeler:** Daha iyi kullanıcı deneyimi ve verimlilik için teknolojik gelişmelere yatırım yapma fırsatı bulunuyor.
- **Sadık Müşteri Programları:** Kampanyaların yanı sıra sadık müşteri programları oluşturarak tekrarlayan müşterilerin çekilmesi sağlanabilir.

## Zayıflıklar

- **Ücretli Trafik:** Ücretli trafik yüksek maliyetlere yol açıyor ve kar marjını etkileyebilir.
- **Bağımlılık:** Reklamlara olan yüksek bağımlılık, uzun vadede sürdürülebilirliği tehdit edebilir.
- **Müşteri Sadakati:** Müşterilerin çoğu kampanyalar sayesinde geliyor gibi görünüyor, bu da müşteri sadakatinin sağlam olmadığını işaret edebilir.

## Tehditler

- **Rakipler:** Seyahat endüstrisi rekabetçi bir alandır, rakipler yeni müşterileri çekmek için benzer stratejileri kullanabilir.
- **Ekonomik Dalgalandırmalar:** Ekonomik krizler veya salgınlar seyahat talebini etkileyebilir.
- **Reklam Maliyetleri:** Reklam maliyetleri arttıkça kar marjı azalabilir ve sürdürülebilirlik tehlikeye girebilir.







## Search Organic vs Paid Split (V2)

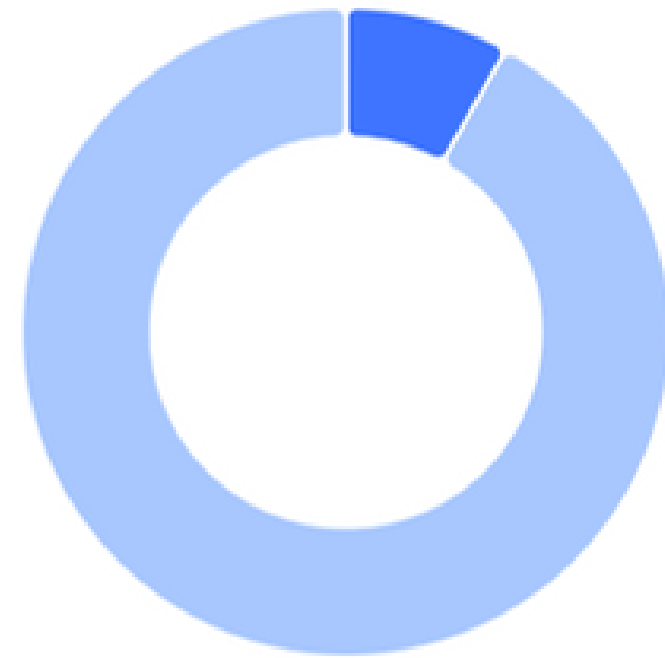


biletdukkani.com

Jun 2023 - Aug 2023



Worldwide



Organic

**8.23%**



Paid

**91.77%**





## Channels Overview

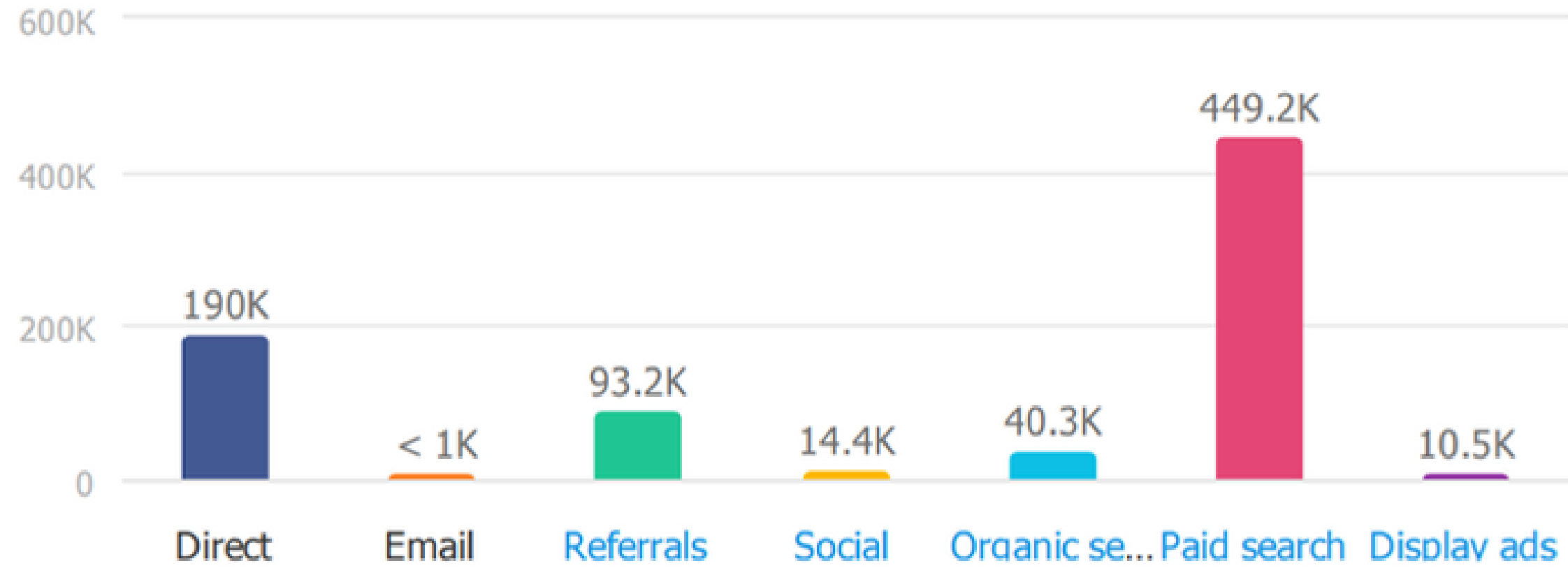


biletdukkani.com

Jun 2023 - Aug 2023



Worldwide





## Top Paid Landing Pages



biletdukkani.com

Aug 2023



Worldwide

### Final URL

### Traffic Share

### URL Spe...

### Top Keyword

biletdukkani.com/ucak-bileti

93.73%



\$3.4K

en uygun

biletdukkani.com

2.70%

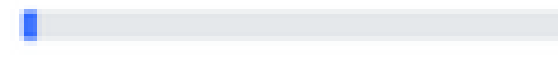


\$218

bilet dükkani

biletdukkani.com/arac-kiralama

2.12%

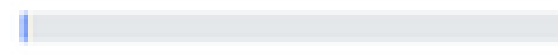


\$71

en uygun

biletdukkani.com/antalya-istanbul-ucak-bileti

0.56%

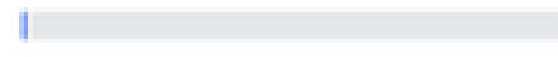


\$19

antalya istanbul uçak bileti

biletdukkani.com/?gclid=EAIaIQobChMIloX-pcX9gAMVIWB9Ch1eGgrCEA...

0.24%

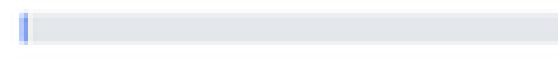


\$7

turna bilet

biletdukkani.com/istanbul-ucak-bileti

0.19%



\$10

bilet dükkani



# Bütçe Planı

Toplam bütçe: 5.000.000 TL

## Q1

OCAK - ŞUBAT - MART

Bütçe: 500.000 TL

Kışın genellikle daha az turistik hareketlilik olduğunu düşünerek, dijital pazarlama kanallarına şu şekilde dağıtabiliriz

- Google Ads: 150.000 TL
- Sosyal Medya Reklamları: 100.000 TL
- E-posta Pazarlama: 50.000 TL
- SEO ve Organik Trafik: 100.000 TL
- Diğer Kanallar: 100.000 TL

## Q2

NİSAN - MAYIS - HAZİRAN

Bütçe: 1.500.000 TL

İlkbaharın hareketli olduğunu göz önünde bulundurarak, dijital pazarlama kanallarına şu şekilde dağıtabiliriz

- Google Ads: 450.000 TL
- Sosyal Medya Reklamları: 300.000 TL
- E-posta Pazarlama: 150.000 TL
- SEO ve Organik Trafik: 300.000 TL
- Diğer Kanallar: 300.000 TL

## Q3

TEMMUZ - AĞUSTOS - EYLÜL

Bütçe: 2.000.000 TL

Yazın daha aktif olduğunu göz önünde bulundurarak, dijital pazarlama kanallarına şu şekilde dağıtabiliriz

- Google Ads: 600.000 TL
- Sosyal Medya Reklamları: 400.000 TL
- E-posta Pazarlama: 200.000 TL
- SEO ve Organik Trafik: 400.000 TL
- Diğer Kanallar: 400.000 TL

## Q4

EKİM - KASIM - ARALIK

Bütçe: 1.000.000 TL

Sonbaharın da hala turistik hareketlilik olduğunu göz önünde bulundurarak, dijital pazarlama kanallarına şu şekilde dağıtabiliriz

- Google Ads: 300.000 TL
- Sosyal Medya Reklamları: 200.000 TL
- E-posta Pazarlama: 100.000 TL
- SEO ve Organik Trafik: 200.000 TL
- Diğer Kanallar: 200.000 TL



Site içi satın alımların ve ziyaretlerin büyük bir bölümü reklamlar sayesinde gerçekleştiği için; Dijital pazarlama stratejimiz öncelikle **marka bilinirliğini** arttırarak organik arama trafiğini arttırmaya yönelik olmalıdır.Bunun için ;

## NELER YAPILABİLİR ?



1

Instagram üzerinden sık sık seyahat eden ve bu seyahatleri ile tanınan infiluncer ile story ya da reels aracılığı ile reklamlar yapılabilir

2

Biletdukkanının blog sekmesi sürekli güncel tutularak doğru SEO ile trafik arttırılabilir

3

Farklı ülkelerde içerik üretmeye dayalı serileri olan youtuberlar/vloggarlara video sponsoru olunabilir

## NELER YAPILABİLİR ?



4

Seyahat fırsatlarını takip eden telegram gruplarına özel indirimler yapılabilir bu sayede direkt hedef kitleye sağlanan yarar sürekli kullanıcıya dönüşebilir.

5

Uluslararası turnuva, organizasyon ya da konserlerde sponsorluk yapılabilir. Örneğin echoes from agarth, Voleybol Kadınlar Uluslar Ligi vb.

6

Banka ya da telekomünikasyon şirketlerinin sadakat uygulamaları ile anlaşmaları yapılabilir. Örneğin iş bankası NAYS ya da turkcell platinum gibi.



BENİ DİNLEDİĞİNİZ İÇİN  
TEŞEKKÜR EDERİM

