



# DIJİTAL PAZARLAMA

**DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖZDE MERT**

[gozde.mert@nisantasi.edu.tr](mailto:gozde.mert@nisantasi.edu.tr)



# DİJİTAL PAZARLAMA

1. **Affiliate Kavramı**
2. **Affiliate Nasıl Çalışır?**
3. **Affiliate Pazarlama Kanalının Çalışma Şekli**
4. **Affiliate Kampanya Çeşitleri**
5. **İçerik Pazarlaması**
6. **Görüntülü Reklam Ağları**
7. **Ölçümleme**
8. **Raporlama**
9. **Raporlama ve Analiz Araçları**



# 1. AFFILIATE KAVRAMI

Affiliate, yıllardır süre gelen gelen «Komisyonculuk» mesleğinin dijital halidir.

Affiliate aslında, satış ortaklığı sistemidir. Satış odaklı bir pazarlama kanalı olduğu için performans pazarlaması olarak da bilinir.

Affiliate, e-ticaret sitelerinin tercih ettiği pazarlama kanallarından biridir.



### 3. AFFILIATE PAZARLAMA KANALININ ÇALIŞMA ŞEKLİ

**Reklam yayını yapılır > Kullanıcı siteye yönlendir > Satış gerçekleştiğinde reklam yayınının ücreti yayıncıya ödenir.**

Örneğin; cep telefonu ile ilgili bir bloğunuz var. Bu blogda, yeni çıkan cep telefonları hakkında bilgileri, ürün özelliklerini, fiyat & performans oranlarını ve daha birçok farklı bilgiyi en iyi şekilde paylaşıyorsunuz.

Sitenizin trafiği oldukça iyi; ama, tanıttığınız ürünlerin satışını gerçekleştirebileceğiniz bir platforma sahip değilsiniz. Bu durumda Affiliate iş modeli yardımcı olmaktadır.



### 3. AFFILIATE PAZARLAMA KANALININ ÇALIŞMA ŞEKLİ

Affiliate iş ortaklığı içerisinde internetten ürün satışı yapan farklı şirketlerin reklamını sitenizde yayınlayabilirsiniz.

Sitenizi ziyaret eden kullanıcılar yayınladığınız reklamı tıkladıktan sonra e-ticaret sitelerinin sayfasına yönlendirilir.

Yönlendirdiğiniz kullanıcı sitede hedeflenen dönüşü gerçekleştirirse belirlenen komisyon oranları doğrultusunda gelir elde edebilirsiniz.

Komisyon oranları, her kategori için farklılık gösterebilir.



## 4. AFFILIATE KAMPANYA ÇEŞİTLERİ

1. **Üyelik Kampanyaları:** Her yeni üye için ücret ödenir. Bilinirlik sağlamak ve üye sayısını artırmak için daha çok yeni kurulan e-ticaret sitelerinin tercih edeceği kampanyalardan biridir. CPL (Cost Per Lead) olarak ödeme yapılır.
2. **Satış Kampanyaları:** Gerçekleşen ürün satışı üzerinden ödenen ücrettir. CPS (Cost Per Sales) ya da CPA (Cost Per Action) olarak adlandırılır. E-ticaret sitelerinin en çok kullandığı kampanya türlerinden biridir.
3. **Install Kampanyaları:** Uygulamaların ve yazılımların indirilip kurulmasıyla hedeflenmiş bir kampanya çeşididir. CPI (Cost Per Install) olarak da adlandırılır.
4. **İzleme Kampanyaları:** Videoları izletme hedefi üzerine kurulu kampanya çeşididir. CPV (Cost Per View) olarak da adlandırılır.



## 5. İÇERİK PAZARLAMASI

**İçerik pazarlaması, hedef kitle için değerli ve ilgili içerik üreterek onları istenilen aksiyona yönlendiren stratejik pazarlama yaklaşımıdır.**

Kullanıcıları ürün ya da hizmete doğrudan yönlendirmektense öncelikle onları bilgilendirmeyi tercih eder. Böylece doğru bilgilendirme ve içerikle hedef kitlenin güvenini kazanarak onun markaya karşı olan bağlılığını güçlendirir.

**Örneğin; booking.com'dan bir rezervasyon yaptıktan sonra o şehir hakkında bilgiler e-postanıza düşer. Ya da bir e-ticaret sitesinde bir ürünü gezdiğinizde Facebook'ta o ürünün faydaları ile ilgili bir blog yazısının reklamına rastlayabilirsiniz.**



## 6. GÖRÜNTÜLÜ REKLAM AĞLARI

Görüntülü reklamlar logo, animasyon, video ya da fotoğraf gibi görsel öğeler kullanarak marka mesajının iletilmesini sağlayan bir pazarlama kanalıdır. Onlarca kelimeyle verebilecek marka mesajını tek bir görsel kullanarak çok daha etkili bir şekilde verilmesini sağlar. İçerisinde yoğun bir şekilde banner kullanımını olduğu için, görüntülü reklamlara, «**banner reklamlar**» da denilebilir.

Görüntülü reklam ağları, yayıncıyla (kendi sitesinde reklam yayınlayıp, gelir elde etmek isteyen web site sahipleri) reklam verenleri buluşturan platformlardır.

**Dünya'nın en geniş reklam ağı olan Google Görüntülü Ağı, markaların dijital pazarlama stratejilerinde oldukça önemli bir yere sahiptir.**





## 6. GÖRÜNTÜLÜ REKLAM AĞLARI

Görüntülü reklamlarla aşağıdaki hedeflemeleri gerçekleştirebilirsiniz:

- Yaş
- Cinsiyet
- Lokasyon
- Anahtar kelime
- Yerleşimler
- İlgili alanı ve yeniden pazarlama listeleri



## 6. GÖRÜNTÜLÜ REKLAM AĞLARI

Görüntülü reklamlar iki farklı modelde çalışır:

1. Eğer hedef marka bilinirliği oluşturmak ya da marka mesajı duyurmaksa reklamların farklı kullanıcılar tarafından görünme sayısı önemli olacaktır. Bu nedenle reklam gösterimleri ile birlikte bilinirliği hedeflenen reklamlar CPM (1000 gösterim başına maliyet) ile maliyetlendirilebilir.
2. Eğer amaç siteye trafik sağlamak ve gelen trafikten dönüşüm elde etmekse reklamların tıklanması önemli olacaktır. Bu durumda reklam CPC (Tıklama başına maliyet) ile maliyetlendirilir.



## 7. ÖLÇÜMLEME

Dijital pazarlamayı geleneksel pazarlamadan ayıran en önemli özelliklerden biri de veri odaklı karar verilebilmesidir. Ölçümleme sonrasında oluşan raporlar, geminin dümenini ne tarafa doğru çevrileceğinin en net göstergelerinden biri olacaktır.

Dijital pazarlama kampanya sürecinde raporlama en son adım olarak bilinse bile, raporun oluşmasını sağlayan metriklere yani kampanyanın nasıl ölçümleneceğine sürecin en başından karar verilmesi gerekiyor.



## 8. RAPORLAMA

Raporlama, şirket ya da reklamlar için yapılan yatırımın performansını görebilmek için mevcut verinin en anlaşılır şekilde özetlenmesidir.

Ölçümleme aşamasında karar verilen metriklerin sonucunda ortaya çıkan veriyi bir tabloda incelemek ya da görselleştirmek anlaşılır bir rapor haline getirmek performans değerlendirmesi aşamasında oldukça önemli bir adımdır.



## 9. RAPORLAMA VE ANALİZ ARAÇLARI

Yapılan bir reklamın başarısı 2 farklı şekilde ölçümlenebilir:

1. Facebook ve Google gibi reklam yayını yapılan ağların sağladığı panellerden sonuçları görülebilir.
2. Yayınlanan reklam üzerinden siteye gelen kullanıcıların davranışlarının analiz edebileceği araçlardır.

The image features a dynamic, multi-colored smoke or ink effect against a black background. The colors transition from blue on the left, through purple, magenta, red, orange, yellow, and green on the right. The word 'TEŞEKKÜRLER' is centered in a bold, white, sans-serif font.

TEŞEKKÜRLER