



Teknosa Hakkında

- Elektronik perakendecisi
- 2000 yılında kurulmuştur

Hedefler

- Web sitesine trafik çekme
- Reklam harcamalarından elde edilen geliri artırma

Yaklaşım

- Birinci taraf Müşteri İlişkileri Yönetimi verileri kullanılarak değerli potansiyel müşteriler belirlendi
- Yeniden pazarlama listesi oluşturmak için Google AdWords'de Müşteri Eşleştirme kullanıldı
- Google Alışveriş ve Arama'da teklifler artırıldı
- AdWords'deki otomatik teklif stratejisi kullanıldı

Sonuçlar

- Mevcut yeniden pazarlama kampanyalarına göre %47 daha iyi edinme başına maliyet ve %112 oranında daha yüksek yatırım getirisi

Arama Ağ'ında ve Alışveriş'te kullanılan Müşteri Eşleştirme, Teknosa'nın yatırım getirisini %112 oranında artırarak birinci taraf verilerden en iyi şekilde yararlanmasına yardımcı oldu.

Teknosa, Türkiye'de 200'den fazla mağazası olan bir teknoloji ve elektronik perakendecisidir. Teknosa.com sitesi şirketin gelir artışını etkileyen en büyük unsurdur. Performansı ve yatırım getirisini artırmak Teknosa'nın dijital pazarlama etkinliklerinin önemli bir odak noktasıdır.

Teknosa birden fazla markanın satışını yapan perakendeci olduğundan, web sitesi ziyaretçilerinin tümü gerçekte siteye ürün satın alma amacıyla gelmiyor. Birçok tüketici siteyi yalnızca fiyat karşılaştırmaları yapmak için ziyaret ediyor.

Ajansları olan GroupM Connect ile ortak çalışan Teknosa ekibi, amaca ilişkin daha iyi bir gösterge sağlayabilecek ek veriler yükleyerek mevcut ziyaretçi havuzunu daha yararlı segmentlere ayırmaya karar verdi. Şirketin kendi birinci taraf Müşteri İlişkileri Yönetimi veri tabanı bu konuda büyük katkı sağladı. Teknosa sitesine veya Teknosa'nın kardeş şirketi Kliksa'nın sitesine daha önce kaydolmuş tüketiciler ("üyeler" olarak bilinir), müşterilerin izlediği yolda kaydolmayanlara kıyasla satın alma işlemine bir adım daha yakın olarak ele alındı.

Ekip, Google AdWords'de Müşteri Eşleştirme'yi kullanarak, üyelik adımlarını tamamlayan ancak henüz hiçbir şey satın almayan kullanıcı havuzunu doğrudan AdWords yeniden pazarlama listesine aktarabildi. Ardından, mevcut Google Arama ve Google Alışveriş kampanyalarında daha yüksek teklifler kullanarak listedeki kullanıcıları hedefledi. Bu, hızlı bir şekilde başarıyla sonuçlandı ve mevcut yeniden pazarlama kampanyalarına göre %47 daha iyi bir edinme başına maliyet ve %112 oranında daha yüksek yatırım getirisi sağlandı.

"Müşteri Eşleştirme, alakalı ürünleri aradıkları anda en değerli müşterilerimizi hedeflememize fırsat verdi ve mevcut kampanyalarımızdan en iyi şekilde yararlanmamıza olanak sundu."

**Ceyda Balcı, Müdür Yardımcısı –
Dijital Pazarlama ve İçerik**

The screenshot displays the Teknosa mobile application interface. At the top, the Teknosa logo is visible alongside navigation links: 'Stokları Ertiyoruz', 'Outlet', 'Kampanyalar', 'Mağazalar', and 'Teknosa mobil'. Below this is a search bar labeled 'TÜM ÜRÜNLER' and 'Ürün Ara'. The main banner features the headline 'Sepetteki Preo Fırsatlarını Yakala!' and 'Teknosa Preo P2 Alana; Kulaklık, Pwatch 2 Akıllı Saat ve Preo P2 Kılıf Hediye!'. It lists several items with their prices: PREO MY SOUND MS01 SIYAH BT KULAKIÇI KULAKLIK (79 TL), TEKNOA PREO PWATCH 2 BLACK AKILLI SAAT (459 TL), and TEKNOA PREO P2 KILIF (47 TL). A total price of 697 TL is shown. Below the banner, there are several category-specific offers: 'FIRSATI' (Samsung), 'İNDİRİM!' (46% Varan İndirim), 'LG OLED TV 4K', 'TAM ZAMANI!', 'PREO FIRSATI', and '1 TL!'. On the right, a 'Günün Fırsatları' section highlights an LG VC74070NCAQ CORD ZERO KABLOSUZ product with a price of 697,00 TL. At the bottom, there are three more promotional tiles: 'Seri sonu Yazıcılardaki İndirimleri Kaçırma!', 'Aksesuarlarda Kaçırılmayacak Fırsatlar!', and 'MAĞAZADAN TESLİMAT 150 TL'ın İndirim Kazan!'.