

# *Müşteri Veri Yönetimi* **Segmentasyon El Kitabı**



segmentify

# İçindekiler

## ● Neden Segmentasyon?

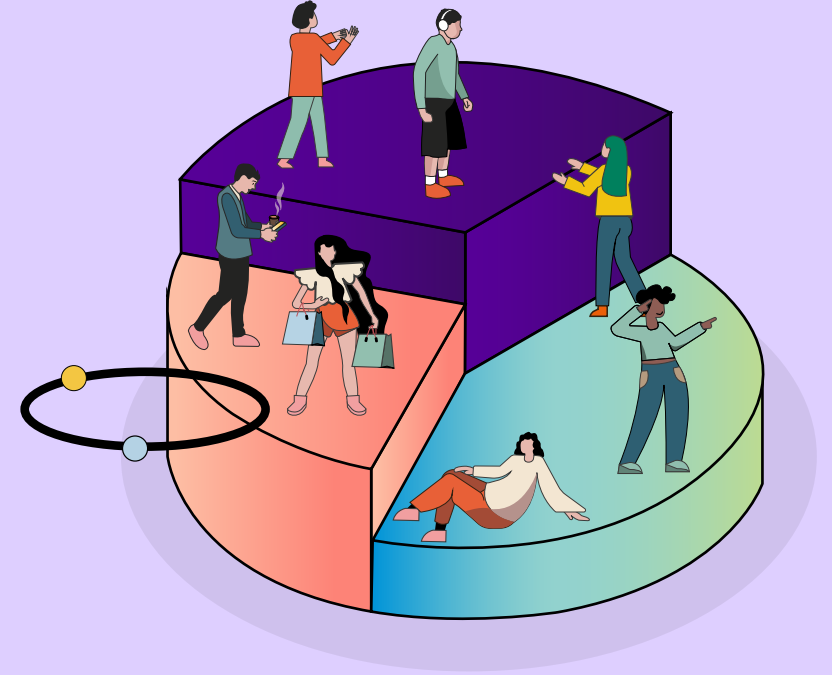
## ● Segmentasyon ve Kişiselleştirme

## ● Segmentasyon Çeşitleri

- Kural Bazlı Segmentasyon
- Akıllı Segmentasyon
- Derinlemesine Segmentasyon
- Segmentasyon için Oyunlaştırma
- Detaylar > Büyük Resim

## ● Endüstriye Özel Segmentasyon Stratejileri

## ● Segmentasyon İpuçları

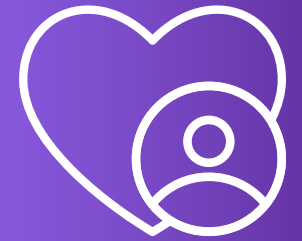




## Neden Segmentasyon?

### 1 Müşteri Sadakati

Farklı müşteri gruplarının özel isteklerini ve tercihlerini anlayarak, bu ihtiyaçları daha iyi karşılayan etkileşimler tasarlamak mümkün. Bu sayede daha kişiselleştirilmiş bir müşteri yolculuğu tasarlayarak müşteri memnuniyetini ve müşteri yaşam süresi değerini artırabilirsiniz.





## Neden Segmentasyon?

### 2 Müşteri Etkileşimi

Hedef kitlenizi belirli özelliklere ve davranışlara göre tanımlayıp gruplandırırdığınızda, onları en fazla sorun yaşadıkları konulara göre de gruplandırmış olursunuz. Böylelikle artık her bir müşteri segmentine, etkileşime geçme olasılıkları en yüksek kampanyaları gönderebilirsiniz.

Kanıtlamak gerekirse;

Dünya genelinde segmente edilmiş kampanyalar, segmente edilmemiş e-postalardan **x2 daha fazla tıklama** alıyor.

Peki ya müşteri segmentasyonunun ciro üzerindeki etkisi?

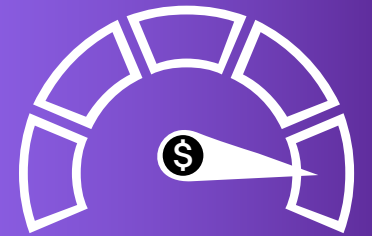




## Neden Segmentasyon?

### 3 Ciro Artışı

Segmentlere ayrılmış e-posta kampanyaları, müşteri kitlesinin tamamına gönderilmiş tek tip bir e-postaya kıyasla ciroyu **7 kata kadar** artırabilir. Bunun, upsell ve çapraz satış kampanyalarından kaynaklandığını varsaymak yanlış olmaz. Doğru müşteri segmentasyonu ile en kârlı müşterileri en doğru şekilde hedefleme şansı yakalarsınız.





## Neden Segmentasyon?

### 4 1-1 Kişiselleştirilmiş Kampanyalar

Müşterilerinizi ve potansiyel müşterilerinizi segmentlere ayırarak hangi içeriği hangi kanalları kullanarak ne zaman göndereceğinizi belirleyebilirsiniz. Dolayısıyla müşteri segmentasyonu, müşteri yolculuğu boyunca her temas noktasında kişiselleştirilmiş deneyimler sunmanızı sağlar.





## Neden Müşteri Veri Yönetimi?



\*Veriler Segmentify kampanyalarına aittir.



Daha iyi hedefleme



Daha yüksek yatırım getirisi (ROI)



Tutarlı ve benzersiz müşteri yolculukları

Müşterilerinizle nasıl bağlantı kuracağınızı ve ihtiyaçlarını nasıl anlayacağınızı bildiğinizde, onlara hitap etme olasılığı daha yüksek ürünler önerebilirsiniz.

**Yaprak Eken**  
Kıdemli Pazarlama Uzmanı



## Segmentasyonla Güçlendirilmiş Bir Deneyimi Bu Kadar Cazip Kılan Nedir?

Kişiselleştirmenin önemli olumlu etkileri vardır.  
Bir tüketici kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi yaşadıktan sonra,

Tekrar alışveriş  
yapma oranı

**%44**

Pozitif bir yorum  
bırakma olasılığı

**%32**

Arkadaş ve aile çevresine  
markanızdan bahsetme  
oranı daha yüksektir

**%39**

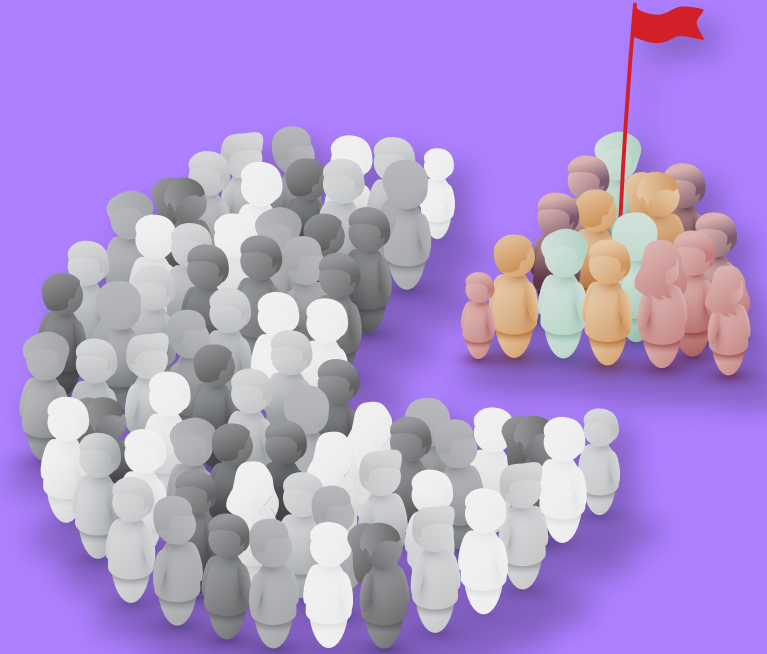






## Kural Bazlı Segmentasyon

Kural Bazlı Segmentasyon ile *satın alma ve göz atma gibi davranışsal verilere* dayalı sınırsız sayıda segment oluşturabilirsiniz.





## Kural Bazlı Segmentasyonun İncelikleri



### Satın Alma Verisi

Müşterilerinizin ne kadar harcama yaptığını, hangi ürünleri satın aldıklarını ve hangi kategori ve markaları tercih ettiklerini inceleyebilirsiniz.



### Görüntüleme Verisi

Hangi ürün, marka ve kategorilere göz atmayı seviyorlar? Vitrin incelemeyi seven ziyaretçileri müşteriye dönüştürmek için farklı hedefleme stratejileri kullanabilirsiniz!



### Sepete Eklenenler

Ziyaretçilerinizin sepet hareketlerini analiz ederek ve hangi ürün, marka ve kategorileri tercih ettiklerini görebilirsiniz.

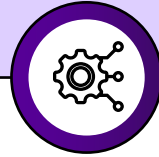


## Kural Bazlı Segmentasyonun İncelikleri



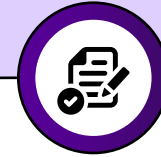
### Demografik

Müşterilerinizin yaş bilgisi, cinsiyet, son giriş, kayıt tarihi gibi kişisel özelliklerini bir segmentasyon kriteri olarak kullanabilirsiniz.



### Teknoloji

Ziyaretçileriniz hangi tarayıcı, işletim sistemini ya da cihazı kullanarak websitesinize ulaşıyorlar?



### İletişim İzinleri

Push izni ve e-posta abonelikleri gibi veriler sayesinde ziyaretçilerin iletişim için tercih ettikleri kanalları öğrenebilirsiniz.



## Kural Bazlı Segmentasyon

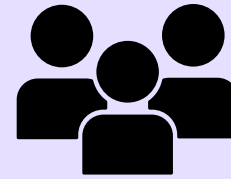
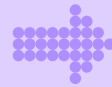
### Elektronik Sektörü



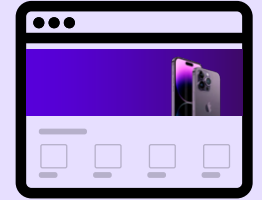
son 2 ay içinde  
en az 1 Apple  
ürünü satın alan



son 30 gün içinde  
Apple ürünlerini  
inceleyen



Apple fanı



banner kullanarak  
Apple ürünlerine  
yönlendirin

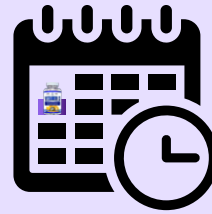
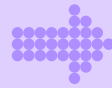


## Kural Bazlı Segmentasyon

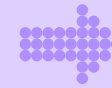
### • Kozmetik, Sağlık ve Kişisel Bakım Sektörü



1000 mg'lık C Vitamini  
satın alanlar



son 2 ay içerisinde  
en az 1 kere



stoklarını yenilemeleri  
gerektiğini hatırlatın

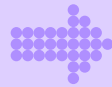


## Kural Bazlı Segmentasyon

### ● Moda Sektörü



ayakkabı kategorisini incelemeyi seven



herhangi bir alışveriş yapmamış olanlar



kişiselleştirilmiş e-posta ya da push bildirimi yardımıyla indirim kodu gönderin



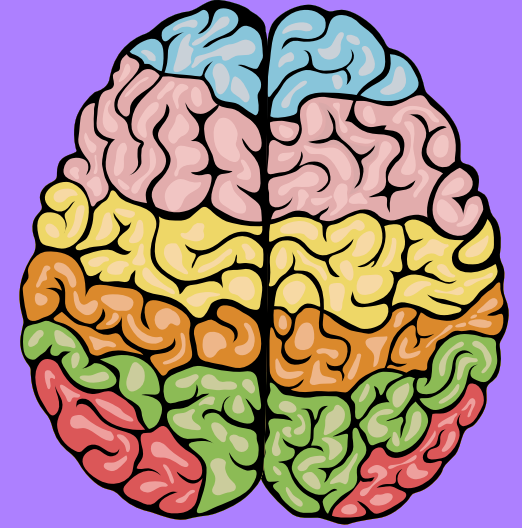
## Akıllı Segmentasyon

Yapay zeka, müşterilerinizi sizin yerinize tanımlar ve tanır!

Her müşteri, bireysel ihtiyaçlarına göre tasarlanmış bir deneyim yaşamayı hak ediyor.



**Pelinsu Karaca**  
Ürün Pazarlama Yöneticisi





## Akıllı Segmentler

Aktif Müdavimler



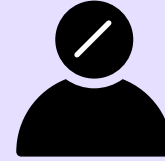
Büyük Harcayanlar



Gidici Müdavimler



Kayıp Müşteri Adayları



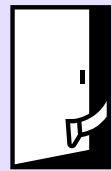
Tek Seferlik Alışverişçiler



Paraya Para Demeyenler



Kayıp Müşteriler



İlk Siparişini Bekleyenler



İndirim Avcıları



Toptan Alanlar



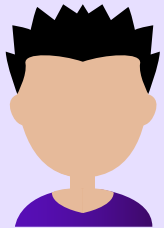




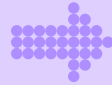
## Akıllı Segmentasyon - İlk Siparişini Bekleyenler

### Elektronik Sektörü

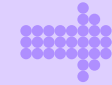
kâşif



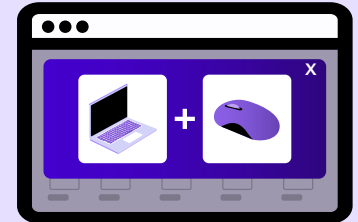
kayıtlı müşteri fakat  
henüz alışveriş yapmadı



push bildirimi



ilgili, uyumlu ve birbirini  
tamamlayan ürünler önerin



pop-up banner kullanarak  
fare önerebilirsiniz

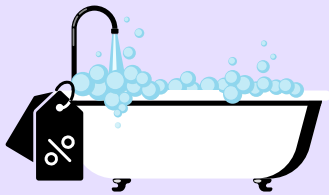


## Akıllı Segmentasyon - İndirim Avcısı

### ● Kozmetik, Sağlık ve Kişisel Bakım Sektörü

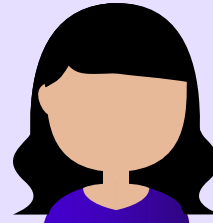
”

Müşteri yaşam süresi değerinin (LTV) düşmesini önlemek için kupon kodunun süresine ve hedef kitlesine dikkat edin.”



her zaman indirimli banyo ürünleri satın alıyor

indirim avcısı



uzun zamandır web sitesine giriş yapmadı

zaman kısıtlamalı indirim bildirimini kullanın



şampuan kategorisi için tindirim tanımlayabilirsiniz

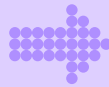


## Akıllı Segmentasyon - Gidici Müdavim

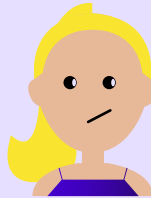
### Kozmetik, Sağlık ve Kişisel Bakım Sektörü



düzenli ziyaretçi  
ve müşteriler



uzun zamandır web sitesine  
giriş yapmadı



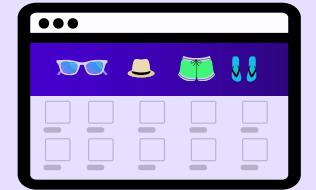
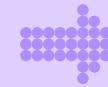
kaybetmek  
üzeresiniz!



Süresi dolmadan  
indirim kuponunu  
kullanın!

Sizin için seçtik.

müşterinizi  
geri kazanın.



mevsimlik ürünler  
için pop-up banner  
çıkartabilirsiniz



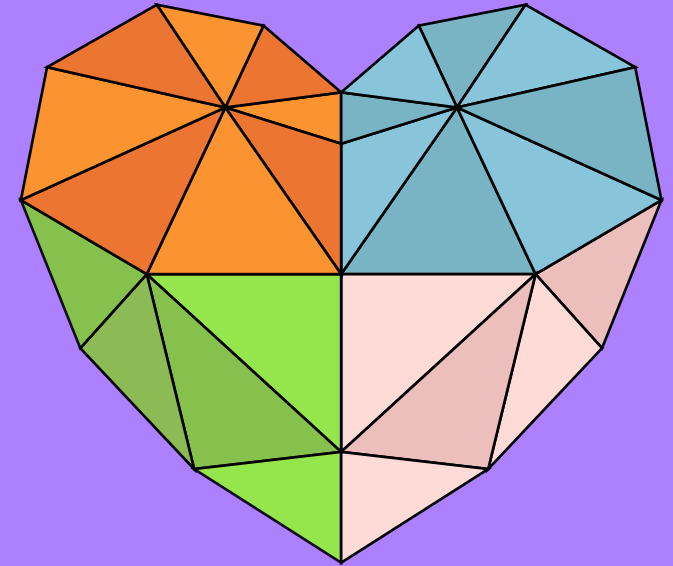
## Dinamik Segmentasyon

Kategori, ürün ya da marka bazlı segmentasyon yeterli gelmiyorsa, ürün özelliklerine ve kişilerin ilgi alanlarına göre segmentasyon yapabilirsiniz.

*Daha anlamlı müşteri deneyimleri oluşturabilmek için hangi özelliklerin hangi müşteri grubunu çektiğini anlamamız gerekiyor.*



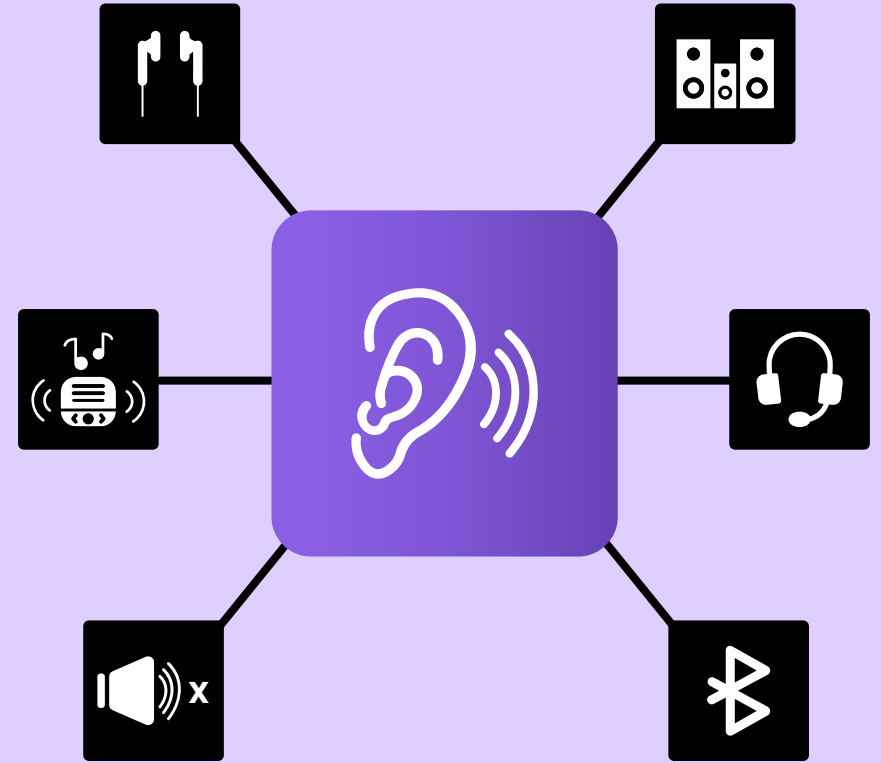
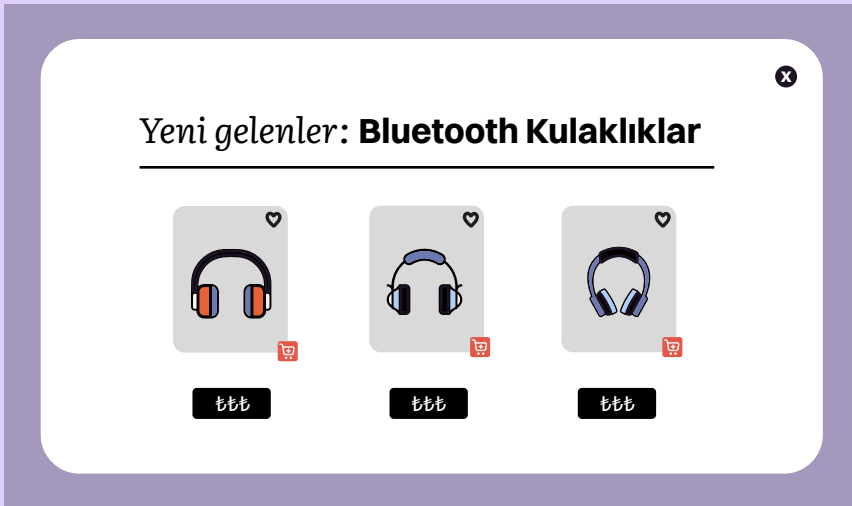
**Deniz Çınar**  
Pazarlama Ekip Lideri





## Dinamik Segmentasyon

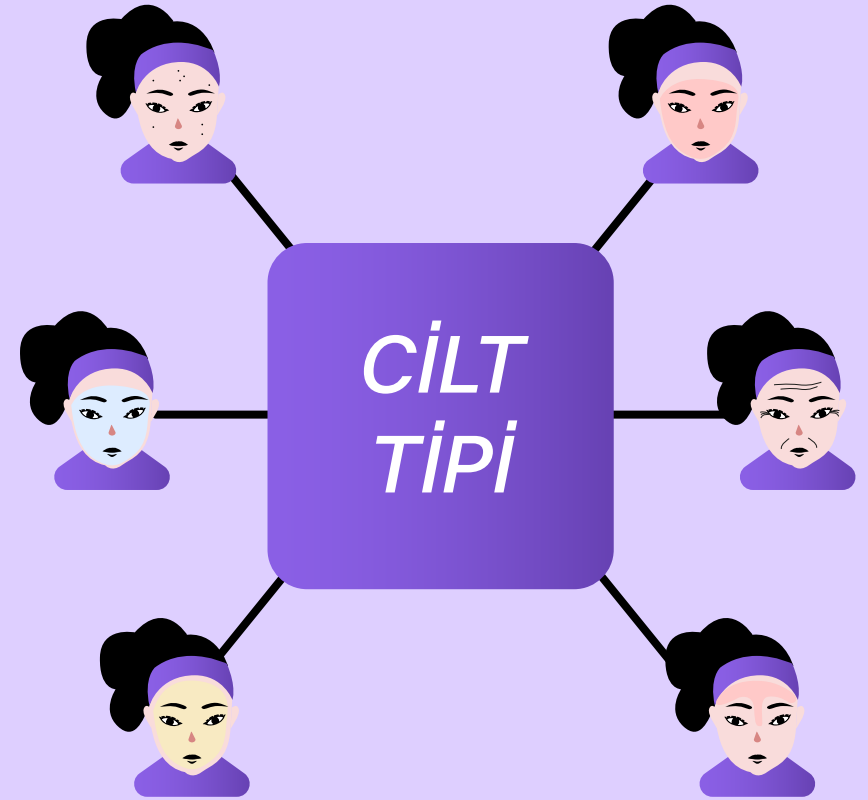
### Elektronik Sektörü





## Dinamik Segmentasyon

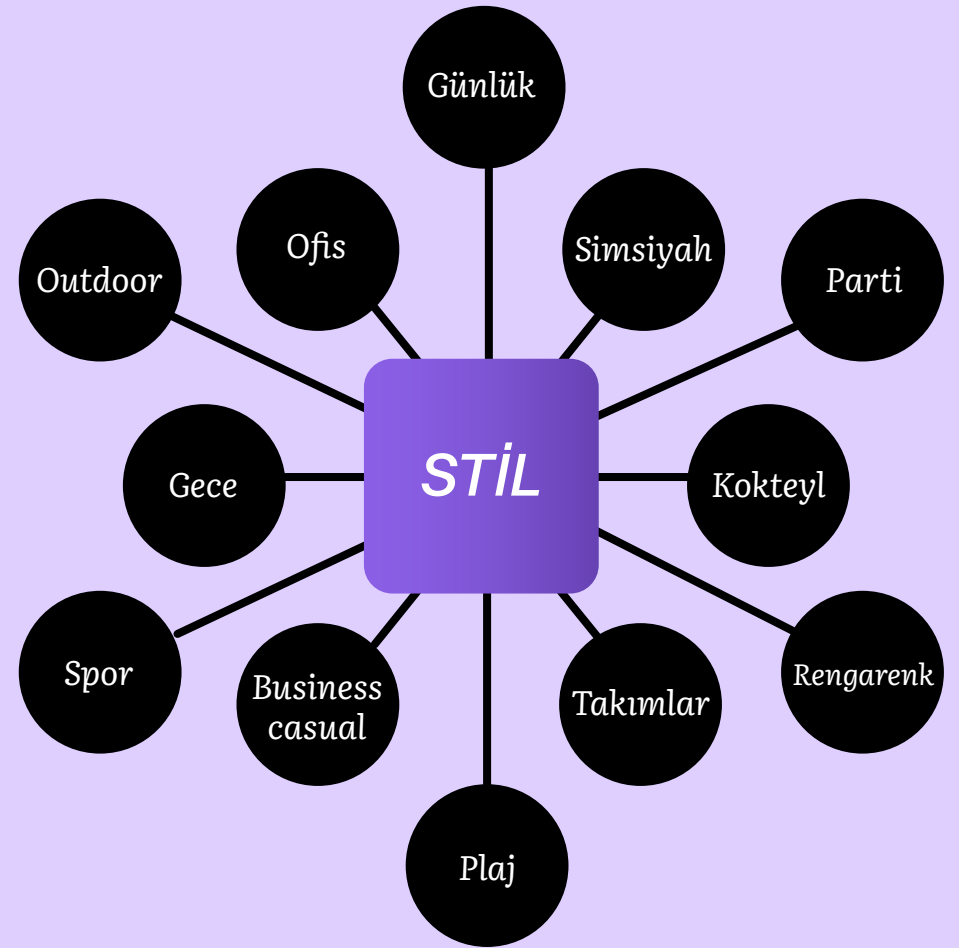
- **Kozmetik, Sağlık ve Kişisel Bakım Sektörü**





## Dinamik Segmentasyon

### Moda Sektörü





## Segmentasyon İçin Oyunlaştırma: **Kişilik Testi**

Etkileşimli ve dinamik içerikler kullanarak müşterilerinizi kendi oluşturduğunuz segmentlere kolayca atayabilirsiniz.









## Kişilik Testi

### Elektronik Sektörü

Alışveriş deneyimine oyunlaştırma ekleyerek birinci taraf verileri (first-party data) elde edebilirsiniz.

Yeni bilgisayarınızı hangi amaçla kullanacaksınız?

Genel kullanım  Oyun ve yayıncılık  İş amaçlı  Eğitim

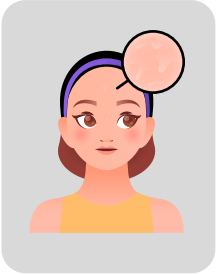
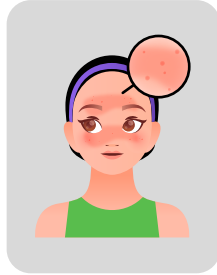

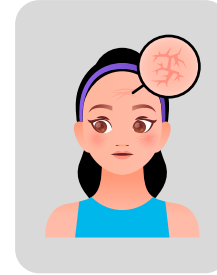


## Kişilik Testi

• **Kozmetik, Sağlık ve Kişisel Bakım Sektörü**

Cilt tipinizi nasıl tanımlarsınız?

Yağlı  Hassas  Karma  Kuru

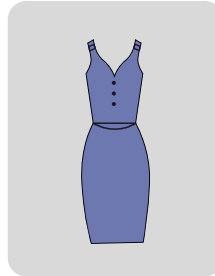


## Kişilik Testi

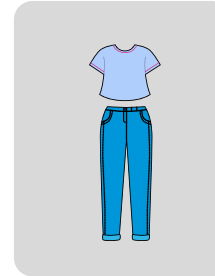
### Moda Sektörü

Cuma gecesi dışarı çıktığınızda nasıl giyinmeyi tercih edersiniz?

Günlük



Sportif



Şık





## Kişilik Testi

### Spor Ürünleri Sektörü

”

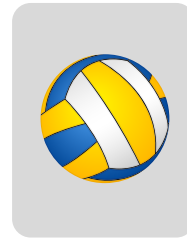
Veri toplama kritik bir konu.  
Fakat müşteriler uzun ve  
ayrıntılı sorulardan sıkılabilir.  
Uzun vadede kullanabileceğiniz  
verileri toplamaya özen gösterin.”

Hangi sporla ilgileniyorsunuz?

Basketbol

Tenis

Voleybol



Kombini Tamamlayın





## Müşteri Profili (Detaylar > Büyük Resim)


Sürekli olarak büyük resme baktığınızda, detayları yakalamak zorlaşabiliyor.

Detaylar ise bize çok fazla şey öğretebilir.


**Müşteri profillerini daha detaylı inceleyerek** segmentlerinizi daha tanıma fırsatı elde edebilirsiniz.


Müşteri Profili'ni aynı zamanda dolandırıcılığı yakalamak için de kullanabilirsiniz.


### Profile Card

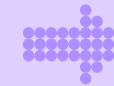


Aslı Sütçüoğlu

 Segmentler: Büyük Harcayanlar, Spor Ayakkabı Sevdalısı

 İletişim İzni: SMS ✓ Push ✓ E-posta ✓

 Son Satın Alınan Ürün: New Balance 1234



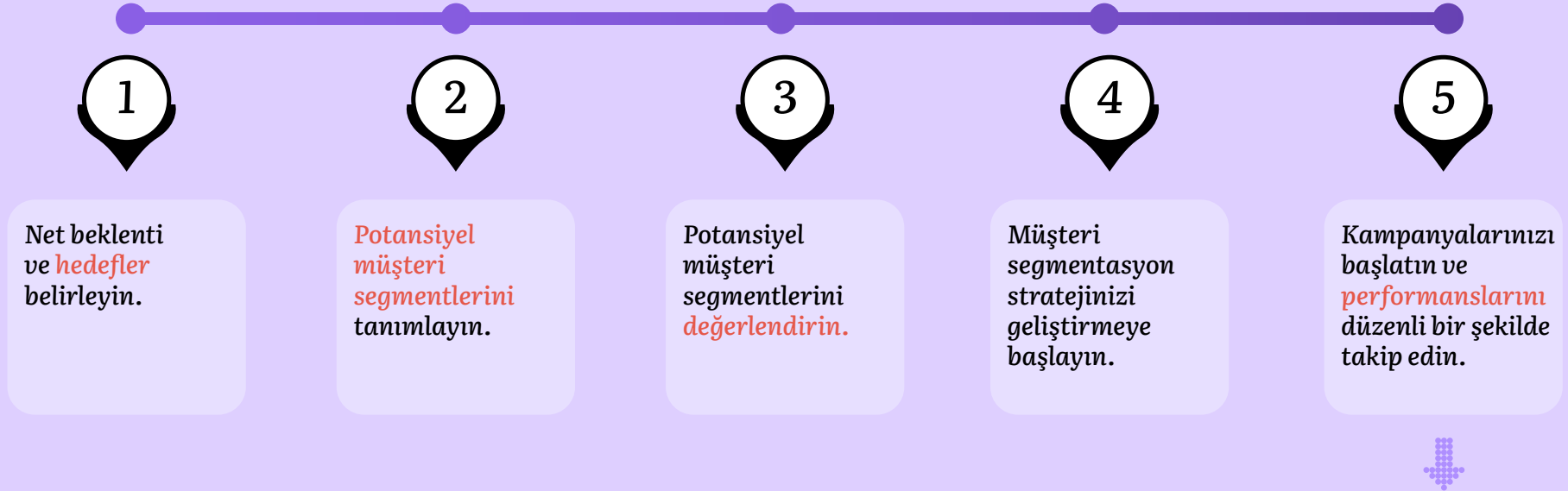
### Müşteri Profili

- İstek Listesi
- En Sevilen Markalar
- En Son Ziyaret Edilenler
- İade Edilen Ürünler
- Push Aktiviteleri
- En Son Önerilen Ürün
- İletişim İzni
- Segmentler
- İlk Sipariş
- Sepete En Son Eklenenler
- Cihaz Bilgisi

Ve daha fazlası...



## Başarılı Bir Segmentasyon Stratejisi için 5 Adım



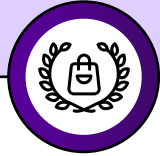
” Belirli segmentler için oluşturduğunuz kampanyaları A/B test ile ölçümleyerek karşılaştırabilirsiniz.”



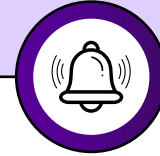
## Segmentasyon İpuçları



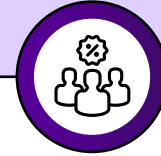
Farklı segmentler için özel kampanyalar ve kampanya mesajları tasarlayarak **doğru kitleye ulaştığınızdan** emin olun.



Ürün önerileri, anlık bildirimler, kişiselleştirilmiş e-postalar ve etkileşim çözümleriyle **sorunsuz alışveriş deneyimleri** oluşturun.



**Belirli fiyat aralıklarında** (örneğin lüks ürünler) alışveriş yapan kişiler için segmentler oluşturun ve **yeni gelen ürünler için anlık bildirimler** gönderin ya da **kişisel önerilerde** bulunun.



Belirli markaların hayranı olan kişileri segmentlere ayırın ve onları özel fırsatlar veya ürünler hakkında herkesten önce bilgilendirin ya da onlara özel indirimler sunun.



Segmentasyon, sınırlı kaynakları  
*en iyi yatırım getirisini (ROI) sağlayan*  
uygulamalara odaklayarak verimliliği artırır.

Doğru Kitleyi Hedeflemeye Başlayın

