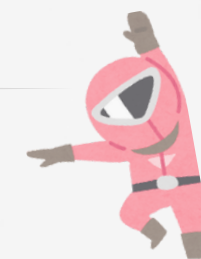




SAR MEDIA

TECHNOLOGICAL
REVOLUTION AGENCY

*DİJİTAL PAZARLAMA PLANI
2025*



**Dijital Pazarlama
Planımız; 9 Bölümden
Oluşuyor!**



Sosyal Medya İçerik Yönetim

Sosyal Medya Reklam Yönetimi

Google Adwords Yönetimi

Video Prodüksiyon

Profesyonel Web Tasarım

SEO Optimizasyonu

Kurumsal Kimlik Yönetimi

E-Ticaret Pazarlama

Satış Stratejileri



Sosyal Medya İçerik Yönetimi

Sosyal medya içerik yönetimi, hedef kitleye uygun strateji oluşturulması, etkili görsel ve metin içeriği hazırlanması, düzenli planlama ve paylaşım, etkileşim takibi ve analiz yaparak performans optimizasyonu süreçlerini kapsar.



Strateji Geliştirme

Hedef kitle analizi, platform seçimi ve içerik türleri belirlenir. Hedefler (farkındalık, etkileşim, satış gibi) netleştirilir.

Takip ve Analiz

Yayınlanan içeriklerin performansı izlenir ve analiz edilir. Etkileşim oranları, geri dönüşler ve takipçi artışı gibi metrikler değerlendirilir, strateji buna göre güncellenir.

Planlama ve Yayınlama

İçerik takvimi oluşturularak içeriklerin hangi gün ve saatte yayınlanacağı planlanır. Uygun zamanlama, etkileşimi artırabilir.

İçerik Üretimi

Planlanan stratejiye uygun içerikler (metin, görsel, video) hazırlanır. Tutarlı bir marka tonu ve görsel kimlik kullanılır.



Sosyal Medya Reklam Yönetimi

Kampanya hedeflerinin belirlenmesi, anahtar kelime araştırması, etkili reklam metni oluşturma, bütçe ve teklif yönetimi ile sürekli performans analizi ve optimizasyon süreçlerini içerir.

HEDEF KİTLE VE STRATEJİ BELİRLEME

Reklamın ulaşacağı kitlenin analiz edilmesi ve reklam hedeflerinin (farkındalık, etkileşim, satış gibi) netleştirilmesi. Platform ve bütçe belirlenir.

İÇERİK VE REKLAM TASARIMI

Hedef kitlenin dikkatini çekecek görsel ve metinlerle reklam yaratılır. Mesajın net ve çekici olmasına özen gösterilir.

REKLAM YAYINLAMA VE OPTİMİZASYON

Reklam kampanyası belirlenen platformlarda yayına alınır. Performansa göre bütçe ve hedefleme ayarları optimize edilir.

TAKİP VE RAPORLAMA

Reklamların etkileşim, dönüşüm oranları ve diğer performans metrikleri izlenir. Sonuçlar analiz edilerek gelecekteki kampanyalar için strateji güncellenir.



Sosyal Medya Reklam Yönetimi Hakkında Size Kimsenin Söylemeyeceği Bilgiler

Gerçek Zamanlı Optimizasyon

Çoğu kişi reklamları yayınladıktan sonra bırakarak, sonuçları pasif şekilde bekler. Ancak gerçek zamanlı optimizasyon, bütçenin etkin kullanılmasını sağlamak için gereklidir. Reklamın performansına göre ayarlamalar yapılmalı, düşük performanslı olanlar durdurulmalıdır.

Reklam Yorgunluğu

Aynı reklamın sürekli gösterilmesi, izleyicilerde “reklam yorgunluğu” yaratabilir. Bu durum reklamın performansını düşürebilir. Bu nedenle, sık sık reklam setlerini yenilemek ve içerikleri tazelemek önemlidir.

A/B Testlerinin Önemi

Reklam kampanyalarında farklı görseller, başlıklar, ve kitle segmentleriyle A/B testleri yaparak en etkili kombinasyonu bulmak genellikle ihmal edilir. Test edilmemiş reklamlar potansiyel başarıyı sınırlayabilir.

FOMO Etkisi

Bir reklamda aciliyet yaratmak, özellikle sosyal medyada güçlü bir psikolojik etki oluşturabilir. Ancak çoğu reklam veren, bu stratejiyi yeterince kullanmaz. Sınırlı stok veya zaman kısıtlaması gibi taktikler, etkileşimi artırabilir.

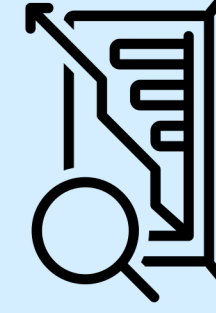
GOOGLE ARAMA AĞI

Google arama motorunda, kullanıcılar belirli anahtar kelimelerle arama yaptığında, arama sonuçlarının üstünde veya altında metin reklamlar çıkar.



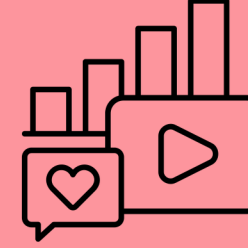
GOOGLE GÖRÜNTÜLÜ REKLAM AĞI

Google'ın iş birliği yaptığı milyonlarca web sitesinde, bloglarda ve haber sitelerinde görüntü, video veya metin reklamları görüntülenir.



YOUTUBE

YouTube'da video öncesinde, ortasında veya arama sonuçlarında reklamlar gösterilir. Ayrıca YouTube'un ana sayfası ve video önerilerinde de reklamlar olabilir



GMAIL

Gmail kullanıcılarının gelen kutusunun üst kısmında, promosyonlar veya sosyal sekmelerde, metin tabanlı veya görsel reklamlar görünür.



Google Adwords Yönetimi



GOOGLE ALIŞVERİŞ

Ürün arama sonuçlarında, özellikle e-ticaret sitelerinin reklamları Google Shopping bölümünde gösterilir.



GOOGLE HARİTALAR

Yerel işletmelerin reklamları, Google Haritalar üzerinde arama yapıldığında veya bir bölgeye yakın işletmeler arandığında görünür





Google Adwords Yönetimi



Hedef ve Strateji Belirleme

Reklam kampanyasının amacı (satış, trafik, farkındalık) netleştirilir. Hedef kitle, anahtar kelimeler ve platformlar (arama ağı, görüntülü reklam ağı vb.) belirlenir.



Kampanya Kurulumu

Google Ads platformu üzerinden reklam kampanyası oluşturulur. Bütçe, teklif stratejisi, anahtar kelimeler ve reklam metinleri veya görselleri seçilir.

Optimizasyon ve Yayınlama

Reklam yayına alındıktan sonra, performans izlenir ve anahtar kelime teklifleri, reklam metinleri ve hedefleme gibi unsurlar optimize edilir.



Takip ve Raporlama

Reklam performansı dönüşüm oranları, tıklama başına maliyet (CPC) ve etkileşim oranları gibi metriklerle takip edilir. Sonuçlara göre kampanya performansı iyileştirilir.



Video Prodüksiyon

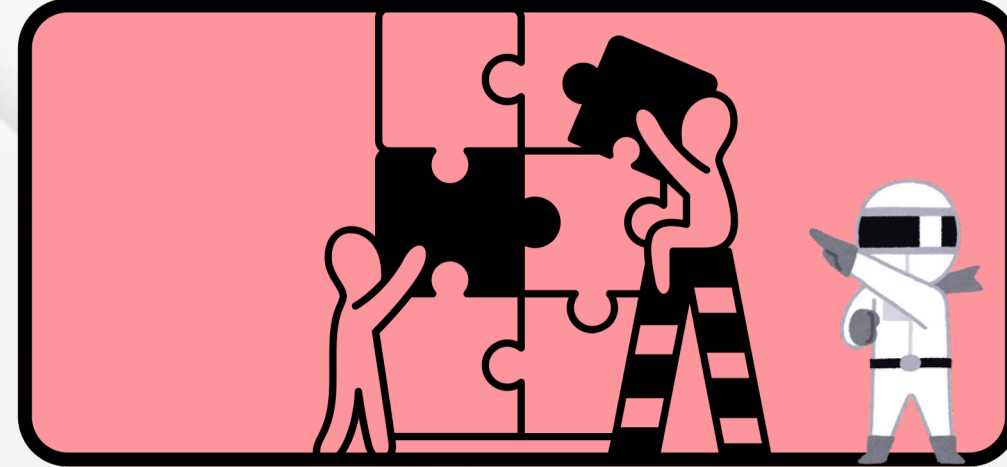


Video prodüksiyon, içerik planlama, çekim, kurgu ve post-prodüksiyon aşamalarını içeren; izleyici kitlesine yönelik etkili ve yaratıcı videolar oluşturmayı amaçlayan bir süreçtir.



İÇERİK PLANLAMA

Sosyal medya platformuna uygun içerik konsepti ve hedef kitle belirlenir. Videonun süresi, mesajı ve paylaşım zamanı gibi stratejik detaylar planlanır.



ÇEKİM VE ÜRETİM

Kısa, dikkat çekici ve platforma uygun videolar çekilir. Yüksek kaliteli görüntüler, hızlı tempolu sahneler ve sosyal medyada iyi performans gösteren görsel unsurlar kullanılır.



DÜZENLEME VE OPTİMİZASYON

Video, mobil cihazlara ve platformun teknik gereksinimlerine uygun şekilde düzenlenir. Alt yazı, animasyon ve müzik gibi dikkat çekici unsurlar eklenir.



Profesyonel Web Tasarım

Profesyonel web tasarım kullanıcı deneyimini ve etkileşimini artırmak amacıyla estetik, işlevsellik ve mobil uyumluluk gibi unsurları bir araya getirerek markanın dijital ortamda etkili bir şekilde temsil edilmesini sağlayan bir süreçtir

MOBİL UYUMLULUK VE ERİŞİLEBİLİRLİK

Web sitesi tüm cihazlarda (mobil, tablet, masaüstü) uyumlu ve erişilebilir olmalıdır. Erişilebilirlik standartlarına uyulmalıdır.

PERFORMANS VE GÜVENLİK:

Web sitesi hızlı yüklenmeli ve performans optimizasyonu yapılmalıdır. HTTPS ve güvenlik önlemleri ile veri güvenliği sağlanmalıdır.

ESTETİK VE KULLANICI ARAYÜZÜ (UI)

Modern, profesyonel ve marka kimliğiyle uyumlu bir tasarım estetiği sağlanmalıdır. Kullanıcı dostu, sezgisel ve net bir arayüz tasarlanmalıdır.

SEO VE İÇERİK YÖNETİMİ

SEO teknikleri (başlık etiketleri, meta açıklamaları, anahtar kelimeler) uygulanmalıdır. Kaliteli, ilgi çekici ve hedef kitleye uygun içerikler oluşturulmalıdır.

TUTARLILIK VE GÖRSEL HİYERARŞİ

Web sitesinin tüm sayfalarında tutarlı bir tasarım dili ve düzen kullanılmalıdır. Önemli bilgiler ve çağrılar, görsel hiyerarşi ile dikkat çekici şekilde sunulmalıdır.

TASARIM

Web sitesinin görsel tasarımı yapılır. Wireframe ve mockup aşamalarında sayfa düzenleri, renk paletleri, tipografi ve diğer görsel unsurlar tasarlanır. Kullanıcı deneyimi göz önünde bulundurulur.



SEO Optimizasyonu

SEO optimizasyonu, web sitelerinin arama motorlarında üst sıralarda yer almasını sağlamak amacıyla, anahtar kelime araştırması, içerik geliştirme, teknik iyileştirmeler ve backlink oluşturma gibi stratejileri kapsayan bir süreçtir.

Off-Page SEO

Kaliteli backlinkler elde edilerek web sitesinin otoritesi artırılır. Sosyal medya etkileşimleri ve yerel SEO stratejileri ile marka bilinirliği güçlendirilir ve yerel aramalarda görünürlük artırılır.



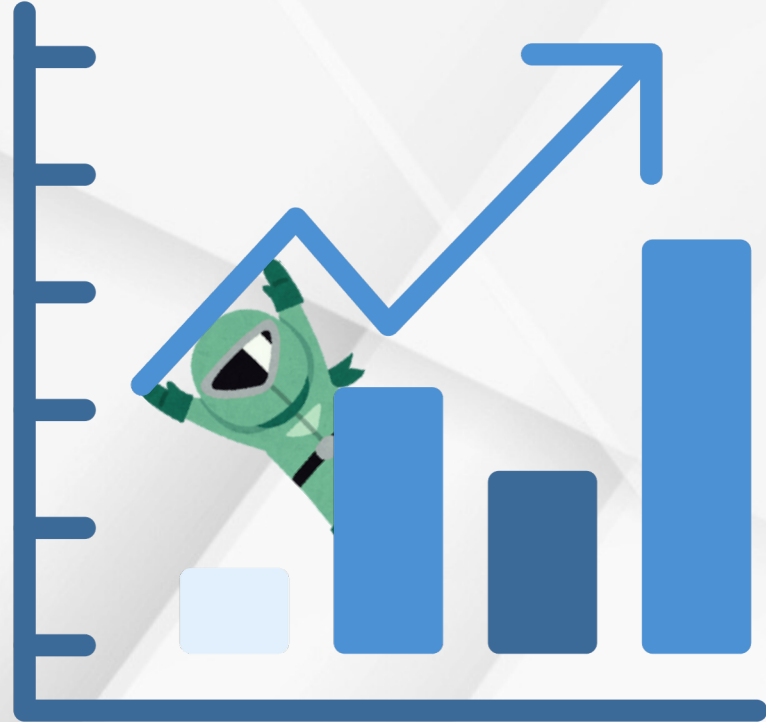
Araştırma

Anahtar kelimelere bakılarak hedef kitleye uygun terimler belirlenir. Rakip analizi yapılır ve rakiplerin SEO stratejileriyle performansları incelenir, böylece olası fırsatlar ve tehditler belirlenir.



Kurumsal Kimlik Yönetimi

Kurumsal kimlik yönetimi bir markanın görsel unsurları, iletişim dili ve değerleriyle tutarlı bir imaj oluşturup sürdürerek hedef kitlesinde güçlü ve olumlu algı yaratmayı amaçlayan stratejik süreçtir.



Marka Tanınırlığı
(%30)

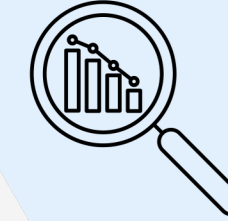
Güvenilirlik ve
İtibar (%25)



Müşteri
Bağlılığı
(%20)



Pazar Rekabeti
(%15)



İç İletişim ve
Motivasyon
(%10)



Kimlik Tanımlama

Vizyon, misyon ve değerler gibi markanın temel unsurları tanımlanır. Bu aşama, markanın kim olduğunu, neyi temsil ettiğini ve hedef kitlesine nasıl hitap edeceğini belirler.

Kimlik Geliştirme

Markanın görsel ve yazılı kimlik öğelerinin tutarlı bir şekilde kullanılmasını sağlamak için bir stil rehberi hazırlanır. Bu rehber, logo kullanımı, yazı tipi, renkler ve dil tonu gibi unsurların nasıl uygulanacağını netleştirir.

Kurumsal Yönerge

Kurumsal kimlik unsurları, tüm iletişim materyallerine, web sitesine, sosyal medya platformlarına ve diğer marka dokümanlarına entegre edilir. Bu süreç, tutarlılığı sağlamak içindir.



E-Ticaret Pazarlama

E-ticaret pazarlama çevrimiçi mağazaların satışlarını artırmak amacıyla hedef kitleye yönelik dijital reklamlar, sosyal medya kampanyaları, e-posta pazarlama ve influencer işbirlikleri gibi çeşitli stratejiler kullanarak müşteri kazanma ve elde tutma süreçlerini kapsar.

Hedef Kitle Analizi ve Pazar Araştırması

İlk adım, işletmenin hedef müşteri kitlesini belirleyip ihtiyaçlarını anlamaktır; demografik, coğrafi ve davranışsal veriler analiz edilir. Pazar ve rakip analizleri yapılarak fırsatlar ve tehditler değerlendirilir.

Dijital Pazarlama Stratejisi Oluşturma

Hedef kitleye uygun bir dijital pazarlama planı oluşturulur; SEO, Google Ads, sosyal medya ve e-posta gibi kanallar belirlenir. Bu süreçte markanın çevrimiçi varlığını artırmak için doğru araçlar seçilir.

Reklam ve Kampanya

Belirlenen dijital stratejiye uygun reklamlar ve kampanyalar (Google Ads, Facebook, Instagram, Tiktok) oluşturulur. Reklamlar optimize edilerek daha fazla müşteri çekmek amaçlanır.

PERFORMANS ANALİZİ VE OPTİMİZASYON

Kampanya ve reklam performansı düzenli olarak izlenir ve analiz edilir; başarılı stratejiler belirlenip optimizasyon yapılır. Dönüşüm oranı iyileştirme çalışmaları da bu aşamada gerçekleştirilir.





Satış Stratejileri



Satış stratejileri, hedef pazara yönelik doğru ürün veya hizmetin belirlenmesi, tanıtım, fiyatlandırma, müşteri ilişkileri yönetimi ve satış kanallarının etkin kullanımı ile müşteri ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan planlı süreçleri kapsar.

HEDEF PAZAR VE MÜŞTERİ ANALİZİ

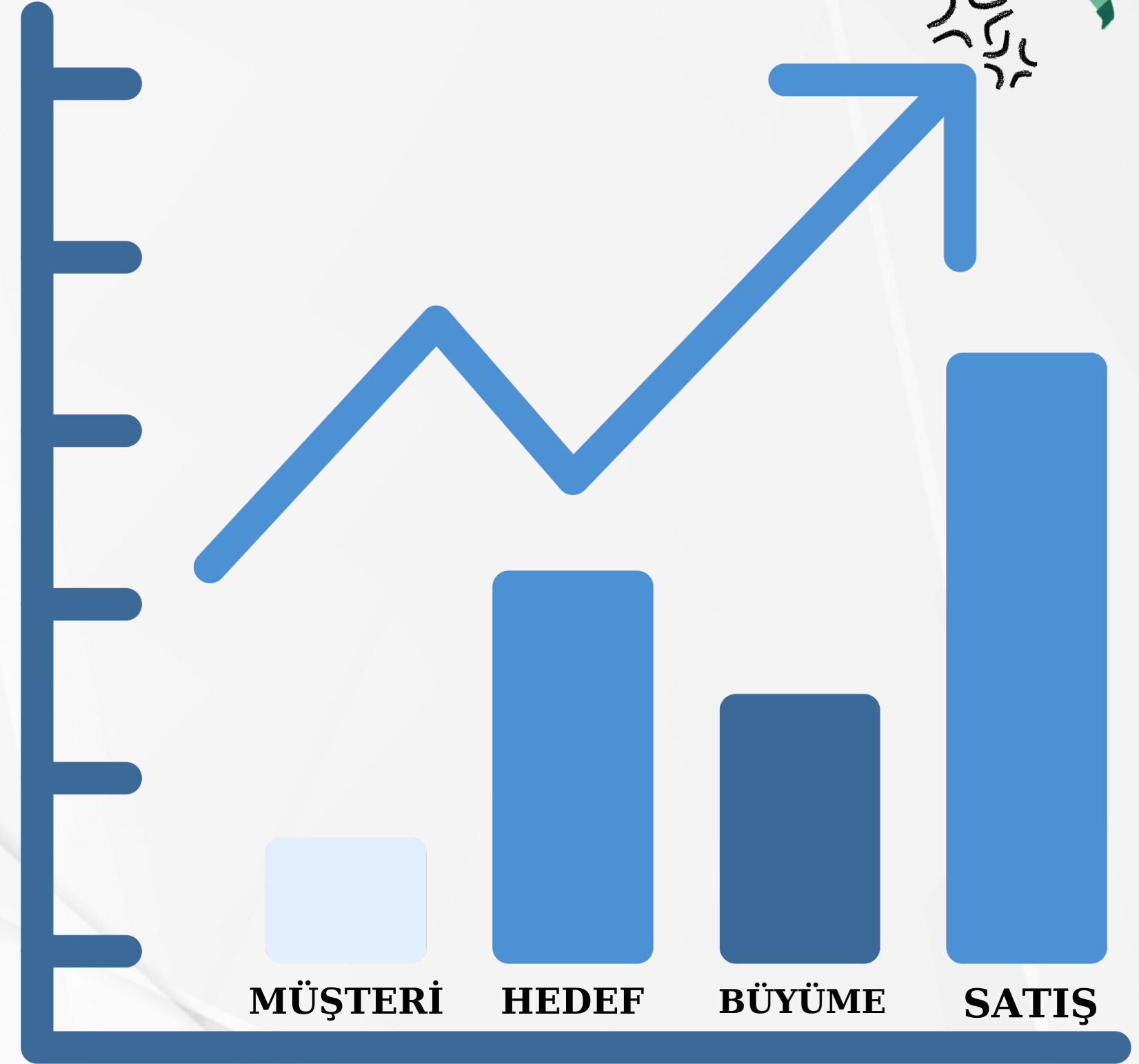
Satış stratejileri, hedef pazarın ve müşteri segmentlerinin belirlenmesiyle başlar. Müşterilerin ihtiyaçları, tercihleri ve satın alma davranışları analiz edilir.

DEĞER TEKLİFİ VE ÜRÜN KONUMLANDIRMASI

Ürün veya hizmetin müşteriye sunduğu değer ve rakiplerden nasıl ayrıldığı belirlenir. Bu, ürünün veya hizmetin piyasada nasıl konumlandırılacağını ve hangi özelliklerinin öne çıkarılacağını içerir.

SATIŞ KANALLARI VE TAKTİKLER

Sosyal medya, hedefli reklamlar ve etkileşimli içeriklerle müşteri çekmek ve satışları artırmak için kullanılır. Aynı zamanda, doğrudan müşteri etkileşimi ve geri bildirimlerle satış fırsatları güçlendirilir.





Yeni Müşteri Bulmak İçin Sosyal Medya Kanallarımız Neler?



FACEBOOK PAZARLAMA

MARKA BİLİNİRLİĞİNİ OLUŞTURMAK VE ARTTIRMAK, INSTAGRAM İLE EŞ ZAMANLI BAĞLANTIDA KALMAK İÇİN KULLANILACAKTIR.

İNSTAGRAM PAZARLAMA

MARKA FARKINDALIĞINI ARTTIRMAK VE ZİYARETÇİYİ TEKRAR ÇEKMEK İÇİN KULLANILACAKTIR.

GOOGLE ADWORDS

GOOGLE'DA KONUM BİLGİSİ, İŞLETMENİN GÖRSEL ÖĞELERİ VE AÇILIŞ/KAPANIŞ SAATLERİNE DAİR BİRÇOK BİLGİYE KOLAY ERİŞİM İSAĞLANACAKTIR.

TİKTOK PAZARLAMA

İÇERİKLERİNİZ YAYINLANIR, YENİ AKIMLARA YÖNELİK ÇALIŞMALAR YAPILIR VE KONUM BAZLI MÜŞTERİ POTANSİYELİ VERİLERİNE ULAŞILIR.

TWITTER PAZARLAMA

KURUMSAL DURUŞ, ANLIK HABERLEŞME VE DUYURULAR İÇİN AKTİF KULLANILACAKTIR.

LİNKEDİN PAZARLAMA

MÜŞTERİLERİNİZ İLE İLETİŞİM KURMA, ÜRÜN VE HİZMETLER HAKKINDA BİLGİ VERMEK İÇİN KULLANILACAKTIR.

YOUTUBE PAZARLAMA

GOOGLE VE YOUTUBE ARAMA SONUÇLARINDA MARKANIZIN YER ALMASI İÇİN ÇALIŞILACAKTIR

E-MAİL PAZARLAMA

MÜŞTERİLERİNİZ İLE İLETİŞİM KURMA, ÜRÜN VE HİZMETLER HAKKINDA BİLGİ VERMEK İÇİN KULLANILACAKTIR.



Sosyal Medyada İçerik Oluşturmanın 5 Aşaması



Bir Fayda Sunmak



Markayı Tanıtmak



Farkındalık Oluşturmak



Temas İsteği Uyandırmak



Satışa İkna Etmek



Sosyal Medya İçerikleri Gerçekten Etkili Mi?

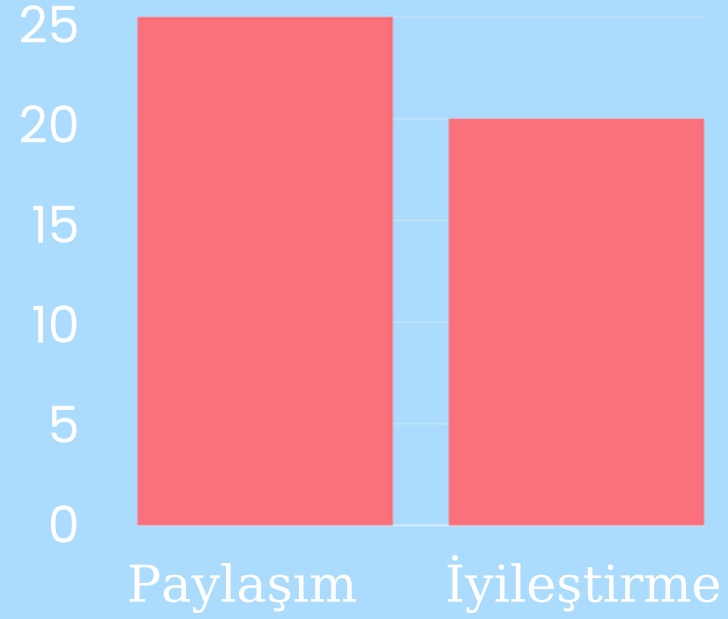
Sosyal medya, marka bilinirliğini artırmak ve olumlu bir marka imajı oluşturmak için etkili bir platformdur. Tutarlı ve etkili içerikler, markanızın tanınmasını ve hatırlanmasını sağlar.

Sosyal medya içerikleri, doğrudan satışları artırarak dönüşümleri teşvik edebilir. Özellikle iyi hedeflenmiş kampanyalar ve çağrı yapıcı içerikler, potansiyel müşterileri markaya çekebilir.



Sosyal medya platformları, içeriklerinizin performansını ölçmek için çeşitli analiz araçları sunar. Bu veriler, stratejinizi geliştirmenize ve iyileştirmenize yardım ederek satışlarınızı artırır.

Sosyal Medya İçerikleriniz Nasıl Pazarlanmalı?



Paylaşım ve Yayılım (25%)

İçeriklerinizi sosyal medya platformlarında etkili bir şekilde paylaşın. Uygun etiketler (hashtag'ler), paylaşımlar ve etkileşim stratejileri kullanarak içeriklerinizin görünürlüğünü artırın.

Analiz ve İyileştirme (20%)

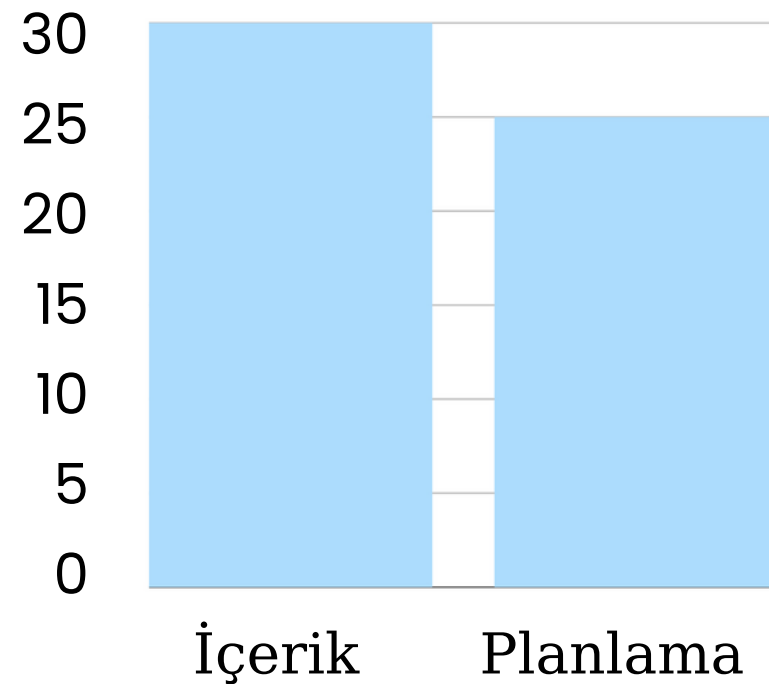
İçeriklerinizin performansını analiz edin ve geri bildirimlere göre iyileştirmeler yapın. Etkileşim oranları, geri dönüşler ve performans verileri, gelecekteki içerik stratejinizi şekillendirir.

İçerik Üretimi ve Optimizasyon (30%)

Kaliteli, ilgi çekici ve marka kimliğinizi yansıtan içerikler üretin. İçeriklerinizi SEO uyumlu ve platforma uygun şekilde optimize edin.

Strateji ve Planlama (25%)

İçeriklerinizi oluştururken hedeflerinizi belirleyin, hedef kitlenizi tanıyın ve içerik takvimi oluşturun. İyi bir strateji, içeriğinizin doğru kitleye ulaşmasını sağlar.



Başlangıç

Sosyal medya platformlarına giriş yaparak temel hesaplar oluşturulur. Bu aşamada marka kimliği, hedef kitle ve sosyal medya stratejisi belirlenir. İçerik takvimi oluşturulur ve ilk içerikler paylaşılır.

Büyüme ve Etkileşim

İçerikler düzenli olarak paylaşılır ve kitleyle etkileşim artırılır. Takipçi sayısı ve etkileşim oranları (beğeni, yorum, paylaşım) izlenir. Sosyal medya reklamları veya iş birlikleri gibi stratejilerle organik ve ücretli erişim artırılır.

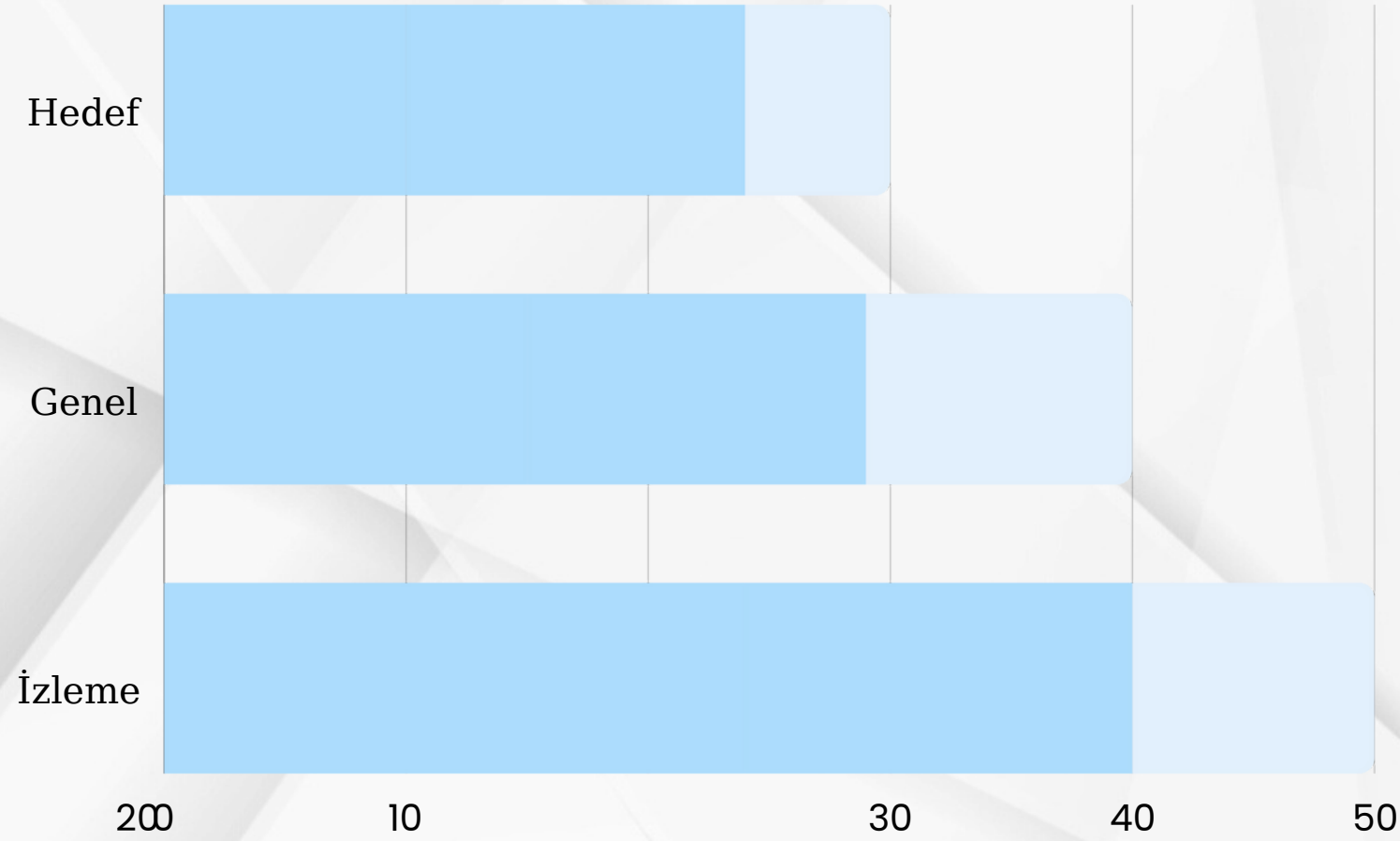
Optimizasyon ve Strateji Geliştirme

İçeriklerin performansı analiz edilir ve stratejiye yönelik iyileştirmeler yapılır. Hedef kitleye göre içerik türleri ve paylaşım sıklığı optimize edilir. Reklam ve promosyon stratejileri gözden geçirilir.

Olgunlaşma ve İnovasyon

Sosyal medya hesaplarınız olgunlaşır ve marka sadakati güçlenir. İçerik üretiminde yenilikçi yaklaşımlar ve trendler takip edilir. Gelişmiş analiz ve geri bildirimlere dayanarak stratejiler sürekli olarak güncellenir ve iyileştirilir.

Sosyal Medya İçeriklerinizi Hangi Gün ve Saatlerde Paylaşacağız?



Genel Eğilimler

Genel olarak en yüksek etkileşim oranlarına sahip zaman dilimleri ve günler. Örneğin, Facebook için Çarşamba ve Perşembe öğleden sonra, Instagram için Pazartesi ve Çarşamba sabahları ve akşamları, Twitter için Salı ve Perşembe sabahları ve öğle arası, LinkedIn için Salı, Çarşamba, Perşembe sabahları ve akşamları.

Hedef Kitleye Göre Özelleştirme (35%)
Hedef kitlenizin çevrimiçi olduğu özel gün ve saatleri belirlemek için analiz yapın. Hedef kitleye uygun zaman dilimleri belirleyerek içeriklerinizi bu zamanlarda paylaşın. Bu aşama, hedef kitlenizin alışkanlıklarına göre özelleştirilmiş paylaşımlar yapmanızı sağlar.



Genel Zaman Dilimleri (40%)
Günler: Çarşamba ve Perşembe
Saatler: 9:00-11:00 ve 13:00-15:00

Performans İzleme ve İyileştirme (25%)
İçeriklerin performansını düzenli olarak izleyin ve en iyi etkileşimi sağlayan gün ve saatleri belirleyin. Performans verilerine dayalı olarak paylaşım zamanlarını sürekli olarak optimize edin ve iyileştirmeler yapın.

Hedef Kitlenin Özellikleri Nasıl Belirlenir?



E-ticaret pazarlama çevrimiçi mağazaların satışlarını artırmak amacıyla hedef kitleye yönelik dijital reklamlar, sosyal medya kampanyaları, e-posta pazarlama ve influencer işbirlikleri gibi çeşitli stratejiler kullanarak müşteri kazanma ve elde tutma süreçlerini kapsar.

Demografik Analiz

Hedef kitlenizin yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim durumu ve meslek gibi temel demografik özelliklerini belirleyin.

Psikografik Özellikler

Hedef kitlenizin yaşam tarzı, ilgi alanları, değerler, tutumlar ve kişilik özelliklerini analiz edin.

Demografik Analiz

Nasıl Yapılır?

Anketler, sosyal medya analiz araçları ve pazar araştırması raporları kullanarak bu verileri toplayabilirsiniz.

Psikografik Özellikler

Nasıl Yapılır?

Sosyal medya etkileşimleri, kullanıcı yorumları, anketler ve odak grup çalışmaları aracılığıyla bu bilgileri elde edebilirsiniz.

Davranışsal Veriler

Hedef kitlenizin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, satın alma davranışları, online etkileşim sıklığı ve platform tercihlerini analiz edin.

Coğrafi Konum

Hedef kitlenizin yaşadığı coğrafi bölgeleri belirleyin. Bu, içeriklerinizi yerel trendlere ve bölgesel özelliklere göre uyarlamanıza yardımcı olabilir.

Davranışsal Veriler

Nasıl Yapılır?

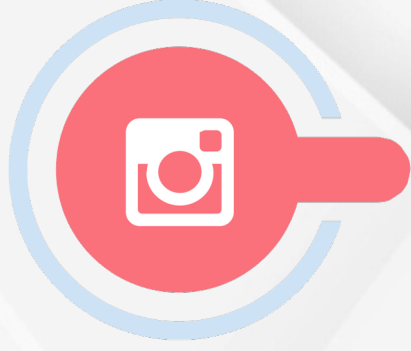
Web analitik araçları, sosyal medya analitik raporları ve e-ticaret verileri kullanarak bu verileri toplayabilirsiniz.

Coğrafi Konum

Nasıl Yapılır?

Sosyal medya platformlarının sağladığı coğrafi analiz araçları ve bölgesel satış verileri kullanarak coğrafi konum bilgilerini toplayabilirsiniz.

Hangi Platformda, Neyin Reklamını Çıkacağız?



Instagram Reklamları

Facebook'un hedefleme araçlarını kullanarak Instagram kullanıcılarını hedefliyoruz.

Ayrıca, yaş, cinsiyet, ilgi alanları ve davranışlar gibi kriterlere göre hedefleme yapıyoruz. Fotoğraf reklamları, video reklamları, hikaye reklamları, carousel reklamları ve koleksiyon reklamları içeriyor.



LinkedIn Reklamları

İşunvanları, sektörler, şirket büyüklüğü, coğrafi konum ve eğitim düzeyi gibi profesyonel hedefleme seçeneklerini kullanıyoruz. Sponsored Content (sponsorluklu içerikler), Text Ads (metin reklamları), Sponsored InMail (sponsorluklu e-posta) ve Carousel Ads (kaydırmalı reklamlar) gibi formatları kullanıyoruz.

Instagram

Strateji

Görsel olarak çekici ve yüksek kaliteli içerikler kullanıyoruz. Etkileşimi artırmak için yaratıcı ve ilgi çekici hikaye reklamları oluşturuyoruz.

LinkedIn

Strateji

B2B odaklı içerikler oluşturuyor ve profesyonel ağlar üzerinden etkileşimi artırmayı hedefliyoruz. İş dünyasına yönelik verimli ve bilgi dolu içerikler hazırlıyoruz.



Facebook Reklamları

Facebook'un kapsamlı hedefleme seçeneklerini kullanarak yaş, cinsiyet, ilgi alanları, davranışlar ve coğrafi konum gibi faktörlere göre hedefleme yapıyoruz. Görsel reklamlar, video reklamlar, slayt gösterileri, carousel (kaydırmalı) reklamlar ve koleksiyon reklamları gibi çeşitli formatları kullanıyoruz.

Facebook

Strateji

İçeriklerinizi ve reklamlarınızı hedef kitlenizin ilgisini çekecek şekilde kişiselleştiriyoruz. A/B testleri yaparak en etkili reklam formatlarını ve mesajları belirliyoruz.



TikTok Reklamları

Demografik bilgiler, ilgi alanları ve davranışlar gibi çeşitli hedefleme seçeneklerini kullanıyoruz. In-Feed Ads (besleme içi reklamlar), TopView (ilk olarak görülen reklamlar), Brand Takeover (tam ekran reklamlar) ve Branded Hashtag Challenges (markalı hashtag yarışmaları) gibi formatları kullanıyoruz.

TikTok

Strateji

Yaratıcı ve eğlenceli içerikler oluşturuyoruz. TikTok'un trendlerini ve kullanıcılarının tercihlerini dikkate alarak ilgi çekici reklam kampanyaları hazırlıyoruz.





Blog Yazılarınız Nasıl Olmalı?

Hedef Kitlenizi Tanıyın

Yazının kimlere hitap edeceğini belirleyin. Hedef kitlenizin ilgi alanlarını, sorunlarını ve beklentilerini anlamak, doğru içeriği oluşturmanın ilk adımıdır.



SEO Optimizasyonu

Anahtar kelimeleri doğal bir şekilde yazıya entegre edin. Google ve diğer arama motorları için anahtar kelimeleri stratejik olarak kullanın, ancak okuyucunun akışını bozmayacak şekilde yerleştirin.



Dikkat Çekici Bir Başlık Kullanın

Başlık, okuyucunun yazıyı tıklayıp okumaya başlamasını sağlayan en önemli unsurdur. İlgi çekici, özgün ve konu hakkında net bilgi veren bir başlık seçin.



Görseller Kullanın

Blog yazınıza dikkat çekici görseller, infografikler veya videolar eklemek hem okuyucunun ilgisini çeker hem de içeriği daha anlaşılır hale getirir. Görseller aynı zamanda SEO için de faydalıdır.



Giriş Bölümü

Okuyucunun dikkatini hemen çekmek için güçlü bir giriş yapın. Blog yazısının amacını ve okuyucuya nasıl fayda sağlayacağını kısa bir şekilde belirtin.



Açık Bir Dil Kullanın

Teknik jargonlardan kaçının, okuyucunun anlayabileceği yalın bir dil kullanın. Cümlelerin kısa ve net olmasına özen gösterin.



Araştırma Yapın Kaliteli Bilgi Sunun

Yazınızı destekleyecek veriler, istatistikler veya araştırmalar ekleyin. Bu, yazınıza güvenilirlik katar ve okuyucunun ilgisini canlı tutar.



Okuyucuyu Harekete Geçirin (Call-to-Action)

Eyleme yönlendirin. Örneğin, yorum yapmaya, sosyal medyada paylaşmaya ya da bir bültene abone olmaya teşvik edebilirsiniz.



Yazıyı Bölümlere Ayırın

Yazıyı kolay okunabilir hale getirmek için paragrafları kısa tutun ve alt başlıklar kullanın. Bu, okuyucunun yazıyı hızlıca taramasına yardımcı olur.



Düzenleme ve Gözden Geçirme

Yazınızı bitirdikten sonra mutlaka birkaç kez gözden geçirin. Dil bilgisi hatalarını düzeltin, cümle yapılarını netleştirin ve yazının genel akışını kontrol edin.





İş Planımızda Neler Var?

Sosyal medya ekibiniz 1 Sosyal Medya Danışmanı ile çalışacak. Sosyal Medya Danışmanınız aldığınız pakete göre ayda 1 defa veya haftada 1 defa sizi ziyaret edip fotoğraf ve video çekimi gerçekleştirecektir. Hem geçmiş haftanın değerlendirmesi hem de gelecek haftanın planını sizinle paylaşacak.

Markanızdan alınan hedef kitle briefine bağlı olarak doğrudan hedef kitle tanımlaması yapıp Facebook, Instagram, Google ve Tiktok reklamlarınızın reklam ekibimiz tarafından organize edilmesi, raporlanması ve size sunulması gerçekleştirilecektir.

Müşterilerinizin yorumlarını tüm sosyal medya hesaplarınızda arttıracamız.

Haftada bir gün reklamlarınızın raporlarının gruptan size aktarılması, satış ekibinizle doğrudan iletişimde olarak reklam hedef kitlenize sürekli güncellemeler yapılması, en yeni çıkan reklam modelleri ve size en uygun olan reklam modellerinin verilmesi, Core reklam hedef kitlesinin oluşturulması sağlanacaktır.

Mesaj yönetiminizin yapılması, sosyal medya kanallarından gelen tüm mesajlara yanıt verilmesi. Sosyal Medya Paylaşımların; videolar ve infografiklerle çeşitlendirilmesi.

Sosyalmedya içerik planlaması: Özel günlerin kutlanması, LinkedIn'de organik takipçi arttırılması, elimizde bulunan takipçisi yüksek hesaplarda sizin hedef kitlenize giren kişileri sayfaya davet ederek takipçi kitlenizin organik olarak arttırılması, Instagram'da post ve story paylaşımları, haftalık 5 paylaşım.

Ciro artışını desteklemek için ekibinizle olabildiğince koordineli çalışmalar yöneteceğiz.

Her ay 10 farklı blog yazısı web sitenize eklenecek. Ürün ve hizmetlerle alakalı insanların araştırmalarına uygun blogların yazılması. Blogların 400 karakter olması ve SEO'ya uygun blog yazımı.

Web siteniz için bir danışmanımız hizmet verecek. Her ay 30'dan fazla alanda güncelleme yapacağız.

Dijital reklam yönetiminiz için 1 kişi çalışma yürütecek. Size reklamlarınızla ilgili günlük bilgilendirme yapılacaktır.



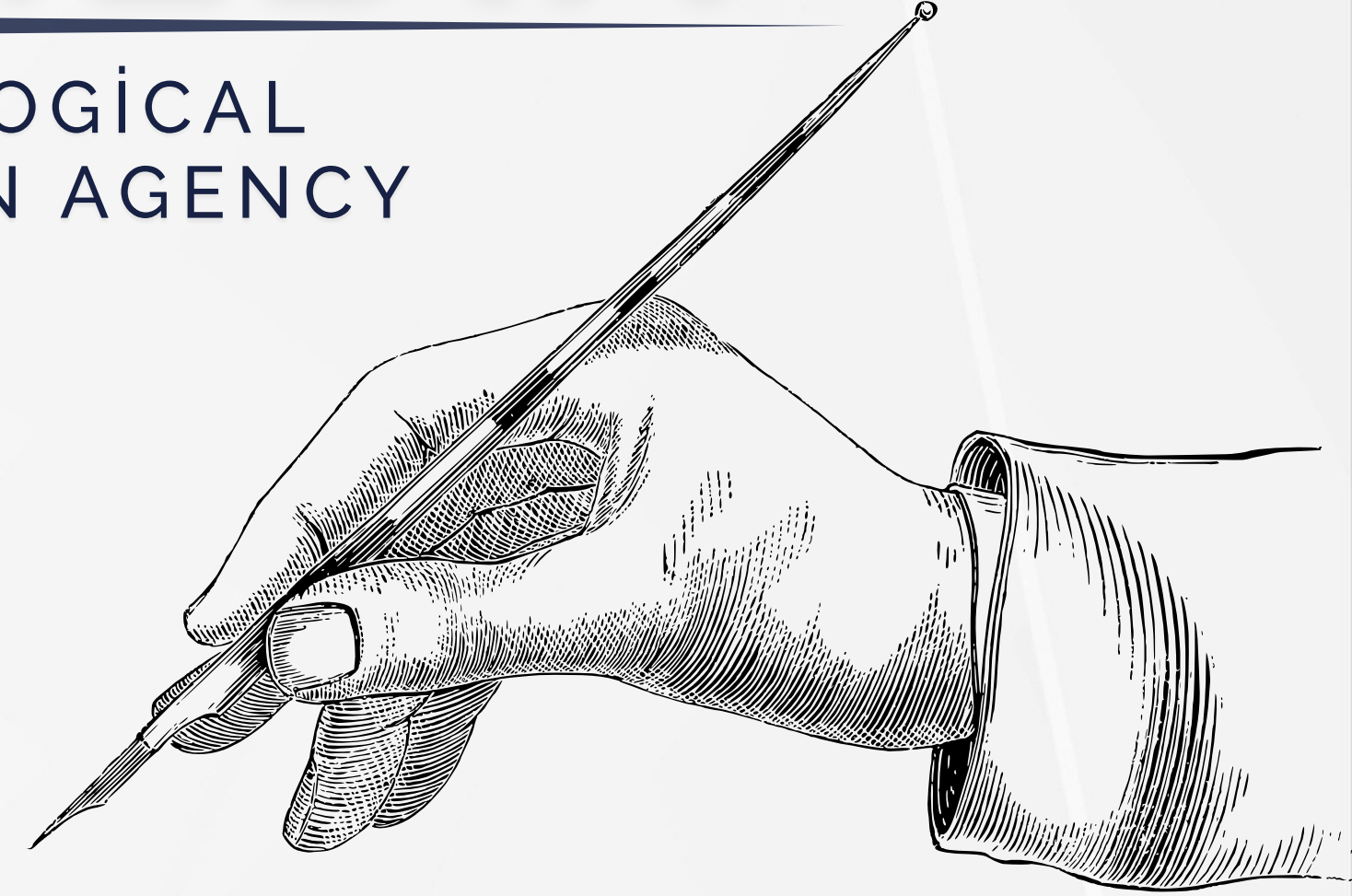
Tüm yapılan çalışmalar aylık olarak raporlanacak.





SAR MEDIA

TECHNOLOGICAL
REVOLUTION AGENCY



**“Dijital Pazarlama ile Markanızı Zirveye
Ulaştırın”**