



“Açık ve anlaşılır bir dil kullandık”

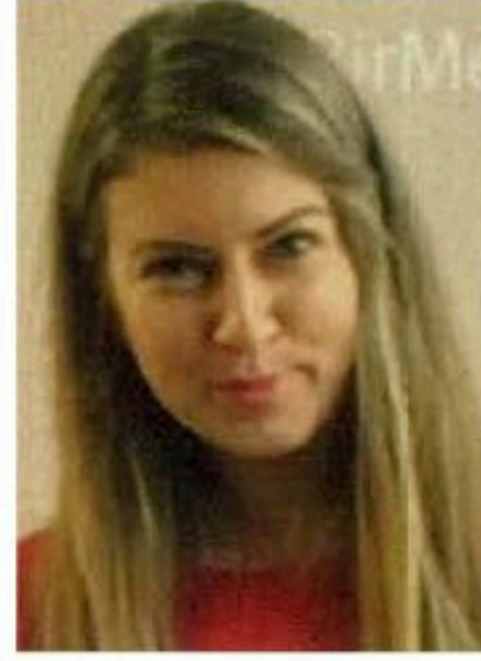
SEGMENTIFY KURUCUSU
NERGİS SUNGUR

“Segmentify’in kurulduğu ilk günlerden beri hayalimizde, tüm dünyada internet üzerinden yazılım olarak hizmet satan (SaaS)

bir firma olmak vardı. E-ticaret sitelerinin kişiselleştirilmiş ürün önerileri yapabilmesini sağlayan yazılım hizmeti sunuyoruz. Ulaşmak istediğimiz kişiler her gün yüzlerce pazarlama mesajına maruz kalıyor. Dolayısıyla, mesajımızın en hızlı ve etkili şekilde iletilmesi için pazarlama iletişimde hedef kitlemize mümkün olduğunca açık ve anlaşılır bir dil kullanmak ana hedeflerimizden biri oldu. Önerdiğimiz çözümleri anlatmaya başlamadan önce “neden” sorusunun yanıtını verebilmenin önemli olduğunu düşünüyoruz. Çoğu zaman hedef kitleniz, sizin çözdüğünüz problemin farkında bile olmayabiliyor. Hangi sorunu çözmeye yönelik bir hizmet sunduğunuzu çok net anlatmanız gerekiyor. Tüm kanallarımızdan yaptığımız pazarlama iletişim kampanyaları ile satışlarımızda önemli artışlar sağladık ve bu artışın büyük kısmı başta Almanya, İngiltere, Fransa ve Dubai olmak üzere yurtdışından geldi. 2018 hedefimiz, gelirimizi iki katına çıkarmak ve özellikle Avrupa’da bu hedefe ulaşmamızda online ve offline pazarlama faaliyetlerimiz kritik rol oynamaya devam edecek. 2018 Nisan ayı itibariyle her start up için bir dönüm noktası olan 100 bin dolar MRR (Monthly Recurring Revenue - Aylık Yinelenen Gelir) hedefimize ulaşmış ve geçmiş bulunuyoruz.”

Hangi mecraları kullanmalısınız?

Google+, Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn mecraları her marka için kullanılabilir. Web sitesinde bu sayfaların ikonlarına yer verebilirsiniz. Eğer B2B, yani firmadan firmaya bir işiniz varsa LinkedIn önemli bir mecra. Daha genç nesile yönelik bir çalışma yapacaksanız Snapchat, Instagram ve Youtube içeriklerini ağırlık verilebilir.



“Dijital pazarlama araçlarını yakından izliyoruz”

PAYM.ES KURUCU ORTAĞI
ŞEHLEM AKBULUT

“Paym.es, kişilerin web sitesine, şirket kurulumuna, uzun bekleme sürelerine ve ekstra uygulamalara ihtiyaç duymadan

güvenle sosyal medyada ürün satmasına olanak sağlayan bir ödeme platformu. Tüm pazarımızın sosyal medyada olduğunu söyleyebiliriz, bu yüzden pazarlama çalışmalarımızın büyük bir bölümünü işbirliği yaptığımız marka, destekçilerimiz ve influencerlar ile sosyal medya kanalları üzerinden gerçekleştirdik. StartersHub’ın başarılı girişimlerinden biri olarak büyüme süresince sadece kendimizin değil, kullanıcılarımızın da içeriklerinin yayılması için dijital pazarlama çalışmaları yaparak onlara destek verdik. Biz büyük kurumlara hitap eden bir şirket değiliz. Müşterilerimiz; bireyler ve küçük işletmelerden oluşuyor. Zaten pazarda var olan bir sorunun çözümü olarak, onlara en anlaşılır, en yalın ve en güvenli gözüken dil ile ulaşmaya özen gösterdik. Iconosquare ve Socialinsider’ı raporlama, rakip analizi, pazar takibi için kullanıyoruz. Süreç içerisinde özellikle yeni çıkan, Türkiye’de üretilen dijital pazarlama araçlarını da yakından takip ediyor, hızlıca kullanıp, test ediyoruz.”



“Hizmet bilinirliğinin oluşturulması üzerine yoğunlaştık”

SPORTS & MERİTS KURUCU ORTAĞI **BÜLENT OZAN**

“Sports & Merits sadece çalışanların üye olabildiği bir platform. Satış modelimiz B2B2C, yani çalışanlar şirketleri aracılığıyla bize üye olabiliyorlar. Bu sebeple pazarlama aktivitelerimizi ‘satış’ ve ‘bilinirlik’ eksenlerinde tanımlı bir kitleye gerçekleştiriyoruz. İş fikrimizi hayata geçirdiğimiz noktada dijital pazarlama stratejimiz, Sports & Merits markasının ve hizmetinin bilinirliğinin oluşturulması ve artırılması üzerine yoğunlaştı. Özellikle şirketlerin ve şirketlerdeki hedef fonksiyonların yöneticilerinin takip ettiği dijital mecralarda Sports & Merits markasını ve hizmetini duyurmak ve anlatmak amacıyla bulunmaya gayret ettik. Bu amaçla SOE çalışmaları, dijital reklamlar, sosyal medya aktiviteleri ve duyuruları ve dijital içerik pazarlama çalışmalarımız oldu. Wellness, sağlıklı yaşam, spor ve fitness eksenlerinde oldukça güncel, süreklilik

içeren ve geniş bir çerçevede içerik sağlayan bir blog hayata geçirdik. Bu blogun gördüğü ilgi sonucunda yarattığı trafik doğru bir uygulama olduğunu ortaya koydu. Ayrıca LinkedIn de bizim ana odak noktalarımızdan oldu. Zaman içerisinde aldığımız sonuçlar ve geri dönüşler doğrultusunda dijital pazarlama aktivitelerimizde önceliklerimizi ve çeşitliliğimizi değiştirdik. Bunda bilinirlik amacının yanına büyüme amacının eklenmesi de etkili oldu.”