

*D&R Kişiselleştirilmiş E-posta Gönderimleri
Sayesinde Geri Dönüş Oranını %98 Arttırdı*



CASE STUDY

The logo for 'related DIGITAL' features a stylized bar chart with five vertical bars in yellow, red, purple, blue, and light blue. Below the chart, the word 'related' is written in a bold, lowercase, sans-serif font, and 'DIGITAL' is written in a smaller, uppercase, sans-serif font below it.

related
DIGITAL

ALL IN ONE MARKETING
AUTOMATION

D&R HAKKINDA

1997 yılında kurulan Türkiye'nin en büyük kitap, oyuncak, kırtasiye, multimedya ürünleri zinciri olan D&R, 30 ilde 200'e yakın mağazasının yanı sıra www.dr.com.tr e-ticaret sitesiyle Türkiye'nin her yerindeki müşterilerine rahat ve keyifli bir alışveriş deneyimi sunuyor.

PROBLEM

D&R müşterilerine günlük olarak kullanıcıların web sitesi davranışlarına göre e-posta gönderimleri yapmaktadır. İnternet alışverişinin sağladığı faydalardan biri olan kolay fiyat karşılaştırma avantajı, online alışverişini tercih eden kullanıcılar arasında satın alma kararında büyük rol oynamakta. Bu nedenle fiyata duyarlı kullanıcıların ilgisini çekmek ve ilgilendikleri bir ürün indirimine girdiğinde doğru zamanda ve doğru iletişim diliyle kullanıcıya tekrar hatırlatılması büyük önem teşkil etmekteydi.

ÇÖZÜM

D&R'in web sitesine yüksek seviyede üye ziyaretçi gelmesine ve site içi sayfa gezinme sayıları yüksek olmasına rağmen, satın almadan çıkış yapan, çeşitli ürünlere bakan ancak daha sonra web sitesinden ayrılan ziyaretçi sayıları yüksekti. D&R, Related Marketing Cloud'un kişiselleştirilmiş e-posta gönderim teknolojilerinden yararlanmayı tercih etti.

Yapılan kampanya kurgusunda; marka tarafından belirlenen tarih aralığı içerisinde web sitesine gelen e-posta izinli kişilere, web sitesinde ilgilendikleri ancak satın almadıkları ürünler indirimine girdiği zaman analizler sonucunda belirlenmiş optimum zaman dilimlerinde indirim duyurusunda bulunan dinamik içerikli e-posta gönderim yapılmaya başlandı. Bu sayede kullanıcıların web sitesini tekrar ziyaret etmeleri ve alışverişe yönlendirilmesi amaçlandı.

SONUÇ

Web sitesi davranışlarına göre kişiselleştirilmiş e-posta gönderimleri sayesinde www.dr.com.tr'de geri dönüş oranı %98, geçirilen vakit %34, gezilen sayfa sayısı %24 artarken, listeden çıkma oranı %17, web sitesinden hemen çıkma oranı %10 azaldı.

Kampanya e-postalarını ayrıca analiz ettiğimizde aldığımız sonuç da oldukça etkileyiciydi. Web davranışlarına göre kişiselleştirilmiş şekilde gönderilen indirim e-posta kampanyaları, kişiselleştirilmemiş genel indirim e-postalarına göre %31 daha fazla geri dönüş oranı sağlarken, web sitesi ziyaret verileri, e-posta açılma oranı gibi tüm verilerde gözle görülür şekilde olumlu artış yakalandı.

D&R NE DİYOR?

E-ticaret gün geçtikçe trafik ve gelir anlamında büyüyor. Bunun en büyük sebeplerinden biri aranılan ürüne hızlı, kolay, rahat ve bazı durumlarda iyi fiyatlarla sahip olması yatmakta. D&R online üye sayısına baktığımızda sektör ortalamasının üzerinde büyüme gerçekleştirmekteyiz. Buna karşın rekabetin ve mecra maliyetlerinin artması ile birlikte yeni üye kazanımında yüksek maliyetlere katlanmak zorunda kalacağımız bir yıl olacağı gözükmemektedir. Bu nedenle mevcut müşteriyi elde tutmak, bunun için de doğru kampanya ve ilgililiğe göre iletişim çok daha önemli bir KPI olarak çalışmalarımızda yer alıyor.

E-posta pazarlamanın günlük yapılan kitlesele gönderiler yerine, kişiselleştirilmiş içeriklerin tetiklendiği e-postaların önem kazandığı döneme evrildiğinin bilincindeyiz. Satın alma kararını hızla değiştirebilen online tüketicilere doğru zamanda doğru içeriği çıkabilmek ancak başarılı algoritmaya sahip teknoloji, düzenli iletişimin sağlanabildiği hesap yöneticileri ve sonuçların iyi analiz edilip, tartışılabildiği bir takım ile mümkün olabilir. Related Digital ile dr.com.tr ortak çalışma sürecinde bu sinerjiyi çok iyi yakalayabildiği için birlikte güzel sonuçlara imza atabildi.

Related Marketing Cloud platformu ile ziyaretçilerin aradıkları ürünle alakalı doğru zamanda hatırlatma e-postası gönderilmesi memnuniyeti ve kampanyadan beklentilerimizi en üst seviyede karşıladı. Related Marketing Cloud platformu ile kullanıcınlara gönderdiğimiz senaryo

e-postalarımızda, fiyatı düştü e-postası ile kullanıcılar aradıkları ürüne rahat ve uygun koşullarda ulaşmanın memnuniyeti içerisinde oluyorlar. Bu da retention oranlarımızı iyileştiren en önemli etkenler içerisinde.

Cihat Kültür Online Kanallar Direktörü
Taner Doğuer Dijital Pazarlama Müdürü
Tolgar Şaşmaz Dijital Pazarlama Uzmanı

RAKAMLARLA D&R CASE STUDY

Kişiselleştirilmiş Gönderim vs. Toplu Gönderim	Listeden çıkma oranı	Tıklama oranı	Hemen çıkma oranı	Web sitesinde gezilen sayfa	Web sitesinde geçirilen zaman	Geri dönüşüm oranı
	-%17	+%2	-%10	+%29	+%34	+%98

İndirim Önerisi Bulunan Kişiselleştirilmiş Gönderim vs. İndirim Önerisi Bulunan Toplu Gönderim	E-posta açılma oranı	Listeden çıkma oranı	Tıklama oranı	Hemen çıkma oranı	Web sitesinde gezilen sayfa	Web sitesinde geçirilen zaman	Geri dönüşüm oranı
	+%9	-%56	+%54	-%21	+%19	+%29	+%31

RELATED DIGITAL HAKKINDA

Doğuş Holding'in stratejik teknoloji yatırımlarından biri olan Related Digital, 2002 yılında kurulmuştur. Pazarlama teknolojileri konusunda dünyaya öncülük eden markalardan biri olan Related Digital 4 ofis ve 30 ülkede 1500'den fazla dünya markasına destek veriyor ki özellikle yurt dışı büyümesi her yıl katlanarak artmakta. Yapay zeka destekli Big Data yönetimi ve kişiselleştirme teknolojileri üreten Related Digital, e-posta, SMS, push notification gönderimi, kişiselleştirilmiş Google&Facebook reklam yönetimi gibi ileri düzey pazarlama teknolojileri konularında hizmetler veriyor. İstanbul, Hamburg, Dubai ve Londra'daki ofislerinde bulunan 130'dan fazla çalışanıyla faaliyet gösteren Related Digital'in AR-GE merkezi İTÜ Arı-2 Teknopark'ta yer alıyor.

