



İşaretçiler Perakende Pazarlamayı Nasıl Yeniden Şekillendirebilir?

Yazar

Peter Lewis

Yayınlanan

Ağustos 2016

Konular

Hareketli

Perakende

Tüketim maddeleri

İşaretçi teknolojisi, cihazları daha faydalı hale getirip çevrimiçi reklamların çevrimdışı etkilerini ölçme konusunda devrim yaratarak tüketicilerin markalarla olan etkileşim biçimini değiştirmeye hazır.

think with **Google**

Söz konusu ileri pazarlama teknolojisi olunca akla en önde gelen: işaretçiler. ABD perakende satış mağazalarında sadece bu yıl bir milyondan fazla işaretçinin kurulması bekleniyor. Fakat şu anda birçok pazarlamacı işaretçileri sadece telefon bildirimlerini aktarmak için kullanmayı düşünüyor.

Google'da biz, işaretçilerin müşteriler, markalar ve pazarlamacılar için çok çok daha fazlasını yapabilme potansiyeline sahip olduğunu düşünüyoruz. Bu potansiyelin gerçeğe dönüştürülmesi için Eddystone'u ve Google işaretçi platformunu oluşturduk. Bu platformlar sayesinde işaretçiler artık yalnızca bir markanın uygulamasıyla iletişim kurmakla sınırlı kalmayacak. Markalar işaretçileri kendilerine ve ortaklarına ait uygulamaların yanı sıra Google ürünlerine ve hizmetlerine de entegre edebilirler.

Müşteriler için bunun anlamı kanallar arasındaki boşlukların daha az olduğu, daha kesintisiz bir alışveriş deneyimidir. Perakendeciler için bunun anlamı ise başarıyı ölçmek için yeni ve iyileştirilmiş metriklere sahip olup, doğru müşteriye doğru zamanda doğru mesaj ile ulaşmaktır.

Kesintisiz ve kanallar arası alışveriş deneyimine olanak sağlama

İşaretçi teknolojisini anlamak için bu teknolojinin en eskilerinden birine dönüp bakalım: deniz fenerleri. Deniz fenerlerinin konumları ışın demetleriyle gösterdiği gibi işaretçiler de mobil cihazlara sinyal gönderen fiziksel önemli noktalardır.

Bu işaretçi sinyalleri, kullanıcıların telefonlarına nerede buldukları hakkında daha kullanışlı bilgiler vererek onların çevreleri ile ilişki kurma biçimini geliştirir. Elleri kolları dolu olan bir babanın park cihazında bulunan işaretçi ile ilişkilendirilmiş Anlık Uygulama yoluyla park ücretini ödediğini veya çalışan genç bir kadının beklemek zorunda kalmamak için en sevdiği restoranın en yoğun olduğu saatleri kontrol ettiğini düşünün.

Etrafımda Bildirimleri alışveriş yapanların yorum almak üzere bazı öğelerin taranması veya bir restoranda hesabın paylaşılması gibi bazı şeyleri telefonlarıyla hallederek alışverişi daha iyi hale getirir. Bu teknoloji müşterilerin bir ürünün stokta olup olmadığı veya aynı ürünün mağazadaki yeri gibi yararlı bilgileri almasını da kolaylaştırır.

Kaynak: Google Dahili Verileri



Bu türdeki iletişim unsurları genellikle diğer türlerdeki konum sinyallerini kullansa da işaretçi sinyalleri hassasiyeti ve kaliteyi bir üst seviyeye taşıyor. Pazarlamacılar için, işaretçiler bir markaya tüm kanalları kullanan alışverişin yeni norm haline geldiği ve tüketicilerin istedikleri şeyleri istedikleri zaman almayı umdukları bir dünyada rekabet avantajı sağlayabilir. Ayrıca fırsat çok büyük: Bugün bile, Android cihazlardan Google hizmetlerinde işaretçilerle ilgili içerik için her yıl¹ 40 milyardan fazla sorgu yapılıyor.

Eddystone ve işaretçilerin sınırsız potansiyeli

İşaretçi teknolojisi pazarlamada yıllardır kullanılıyor ancak Eddystone gerçekten önemli olan birkaç iyileştirme sundu. Eddystone açık kaynak bir işaretçi dilidir, geliştirici sitemizdeki özellikler ve araçlar ile her geliştirici tarafından programlanabilir. Android ve iOS kullanan mobil cihazlarla iletişim kurabilir. Ayrıca Eddystone ile, işaretçiler farklı şeyleri mobil aygıtlardaki farklı web sitelerine, uygulamalara ve hizmetlere iletebilir.

Örneğin, geçtiğimiz yıl United Airlines Android telefonlarda Etrafımda Bildirimleri ile çalışan işaretçiler kurdu. Bu işaretçiler tüketicilerin uçaktaki mobil cihazlarla uyumlu eğlence uygulamalarını yükleyerek, yapacakları bir yolculuğa hazırlanmalarına yardımcı oluyor.

Ayrıca, belki de en önemlisi, Eddystone ve Google işaretçi platformu geliştirilebilir. Bunun anlamı, daha fazla yetenek icat edildiğinde veya geliştirildiğinde aynı fiziksel altyapıyı kullanarak gelişmeye devam edebilecekleridir. Diğer markaların ve perakendecilerin bu teknolojiyi müşteri deneyimini iyileştirecek şekilde kullanma biçimlerini görmekten heyecan duyuyoruz.



Perakende Düşünce |
Eddystone + Google İşaretçi
Platformu, Peter Lewis

Tüketici davranışı ile ilgili yeni bilgi edinme biçimleri

Tıpkı tüketicileri buldukları konuma daha uyum sağlamış hale getirmeleri gibi işaretçiler aynı zamanda pazarlamacılara tüketicilerin gerçek hayattaki davranış biçimleri hakkında yeni bilgiler sağlar. İşaretçi teknolojisi daha yaygın hale geldikçe pazarlamacıların Arama Ağı Reklamlarının ve Yerel Reklamların mağaza ziyaretlerini nasıl etkilediklerini görmelerine yardımcı olur.

Örneğin, Target ve Bed Bath & Beyond'un da dahil olduğu, ABD'nin en yüksek ciroya sahip 10 perakendecisiyle rastgele kontrollü bir araştırma yaptık. Ortalama olarak, mobil arama ağı reklamları tarafından sağlanan artımlı mağaza ziyaretleri sayısının çevrimiçi satın alım dönüşümlerini aştığını bulduk. Bunlar başka koşullarda gerçekleşmeyecek olan mağaza ziyaretleriydi ve mobil arama ağı reklamlarının sağladığı çevrimdışı etkinin önemini kanıtlıyordu. İşaretçiler yer algılamadaki gelişmeler sayesinde bu işlevi daha fazla sayıda mağazaya taşıyor.

Google konum verilerini kullanan, Popüler Saatler gibi diğer ürünlere benzer şekilde, tüketicinin gizliliğini korumak en önemli önceliktir. Kullanıcılar konum hizmetlerine kaydolmayı, Arama'dan Haritalar'a kadar bir dizi üründe ekstra işlevlerden yararlanmak için seçer. Bu platform birçok kullanıcıdan konum verileri toplar ve hiçbir kullanıcının üçüncü taraflar tarafından tanınmamasını sağlamak için tercihli gizlilik kullanır.

Markanız yakınlık pazarlaması ve işaretçileri kullanmaya nasıl başlar?

Konum tabanlı pazarlamanın ve işaretçilerin kullanıldığı yakınlık pazarlamasının önümüzdeki birkaç yıl içinde artarak büyüyeceği öngörülmüyor. Rekabetin ilerisinde kalabilmek için markaların tüketici cihazlarının kendi mağazalarında en iyi şekilde çalışmalarını sağlayacak işaretçi altyapısına yatırım yapmaları gerekiyor.

İşaretçi altyapısına yatırım yapmadan önce göz önünde bulundurulması gereken bazı noktalar:

Tüketicilere neyi bildirmek istiyorsunuz? En esnek yaklaşım, işaretçileri Google Bulut Platformu hesabınıza bağlı özet tanımlayıcılarla dağıtmaktır. Böylece, kullanıcıların web'den veya markanızın uygulamasından mağazanız ile etkileşim kurmalarına yardımcı olacak Etrafımda Bildirimlerini kullanabilirsiniz. Üstelik, yaygın inanışın aksine, bundan yararlanmak için bir uygulama yüklemeniz şart değildir. Ayrıca, uygulamaları yeriniz ile etkileşim kurabilen iş ortaklarıyla çalışıp ziyaretçilerinizin deneyimini geliştirebilir ve zenginleştirebilirsiniz. Yalnızca bir web sayfasına yönlendirme yapmak istiyorsanız o sayfanın URL'sini doğrudan işaretçiden yayınlayın.

Kullanıcılar yerinizle nasıl etkileşim kurar? Yeriniz bölgenizde popülerse veya ziyaretçi sık gelen bir kullanıcıysa yer işaretçisi Google Haritalar'da ya da kullanıcının haritasında zaten vurgulanmış olabilir. Ziyaretçilerinizin cihazlarının ziyaret ettikleri yeri tanımlarını sağlamak çeşitli Google ürünlerinde yerinizin varlığını geliştirir. Özel olarak, çevrimiçi reklam harcamalarınızın çevrimdışı etkisini anlamanıza yardımcı olacak şekilde,

daha fazla yere Mağaza Ziyaretleri ölçümü getirmek için işaretçi sinyallerinin pilot uygulamasını yapıyoruz. Google temsilcinizden Mağaza Ziyaretleri ve işaretçi programı ile ilgili bilgi isteyin.

Üretici ile iletişim kurma. Eddystone'u destekleyen işaretçiler kurabilen üreticilerin listesini burada bulabilirsiniz. Bu üreticiler işaretçi kurulumu ve kullanımı ile ilgili daha fazla bilgi verebilir. İşaretçilerinizin Google teknolojisi ile uyumlu olarak çalışacaklarından emin olmak için mutlaka Eddystone'u ve Google Bulut Platformu üzerinden Google entegrasyonlarının etkinleştirilmesini isteyin.

Kaynaklar

² Google Dahili Verileri

² Google Dahili Verileri, 2016.