

YILIN SON ÇEYREĞİNDE TÜRKİYE'NİN ALIŞVERİŞ TAKVİMİNDE NELER VAR?

Senenin en yoğun alışveriş sezonu Eylül ayında okula dönüş ile başlayıp yıl sonuna kadar devam ediyor. Bu içgörülerle dolu infografikte, yılın son çeyreğinde her pazarlamacının faydalanabileceği kritik anları ve en güncel verileri paylaşıyoruz.

Büyük alışveriş günleri yaklaşıyor, her anı avantaja çevirin

KASIM

11 Kasım

Bekarlar Günü / 11.11

Son iki yılda ilgi oranı iki katına çıkan Bekarlar Günü, yılın son çeyreğinin en önemli ikinci anı sayılabilir. Neredeyse bütün alışveriş kategorileri bu günden etkileniyor.



Black Friday

Yılın en büyük alışveriş dönemi, geçtiğimiz yıl Türkiye'de bilinirlik anlamında büyük bir ivme kazandı. Elektronikten kıyafete, güzellikten seyahat kategorilerine her bir alışveriş alanı bu dönemden etkileniyor.

29 Kasım

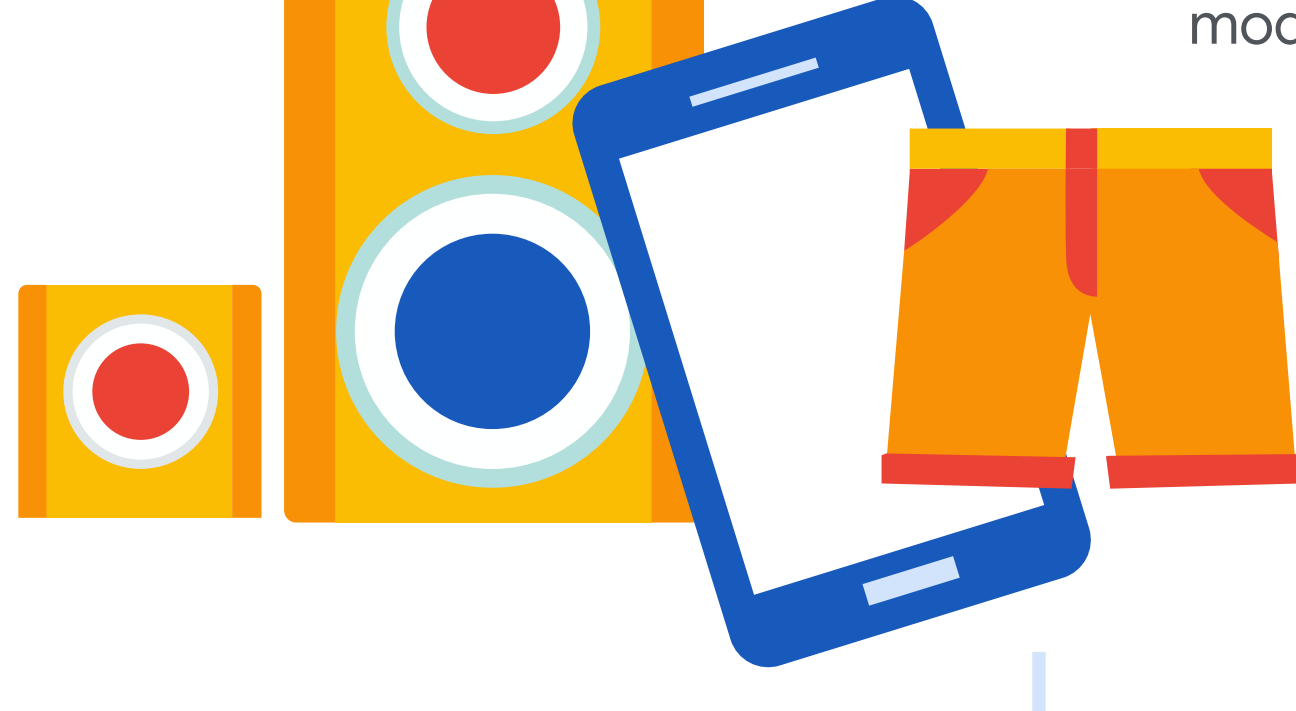


ARALIK

2 Aralık

Siber Pazartesi

Aralık ayının önemli günlerinden birini ifade eden Siber Pazartesi, büyük oranda tüketici elektroniği, uçak bileti ve moda kategorilerini etkiliyor.



En Uzun Gece

2018'den bu yana alışveriş anlamında tüketicilerdeki önemi artan En Uzun Gece, yılın tamamlayıcısı konumunda ve pek çok perakendecinin odağında.

21 Aralık



Yeni Yıl

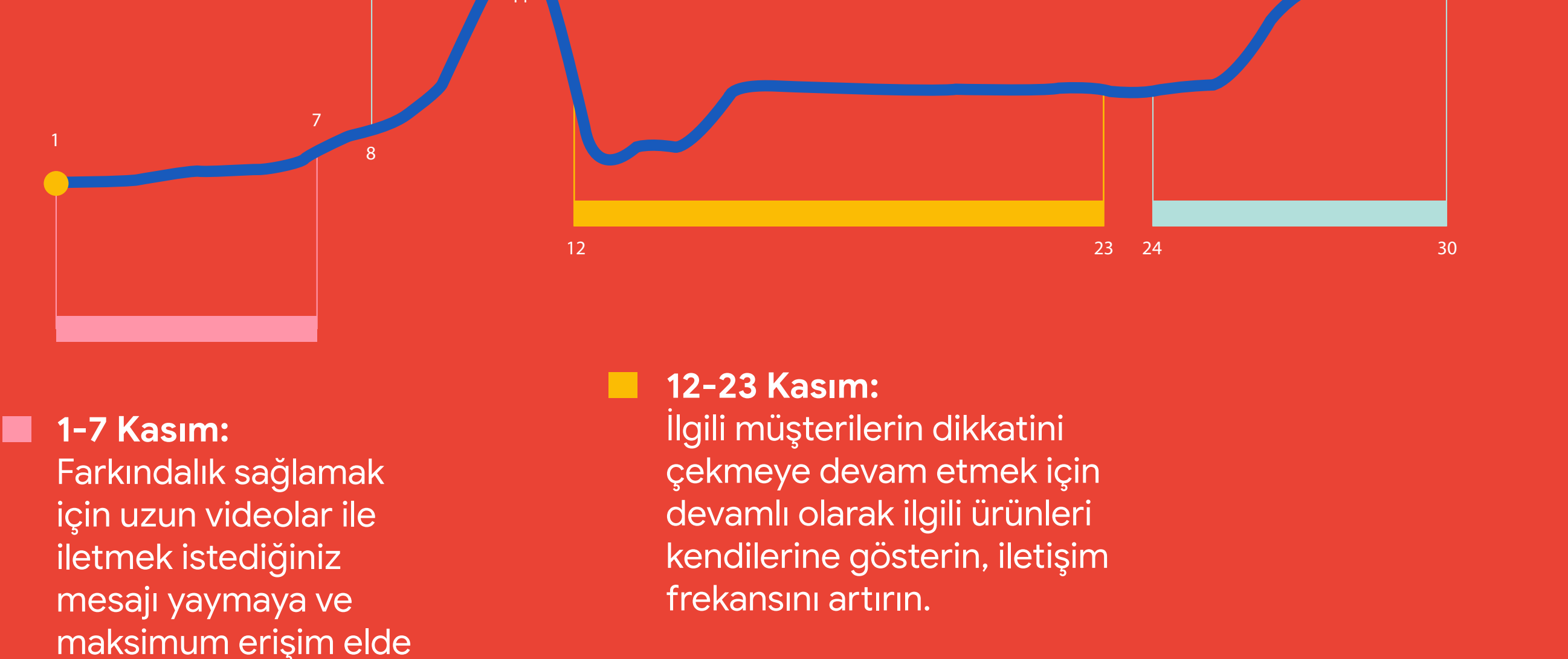
Aralık boyunca

Yılın en önemli hediye sezonu Aralık ayının ilk günlerinde başlıyor ve Ocak ayına dek devam ediyor.



Kasım ayında zaman planlamasına dikkat! Her dönem farklı ve kapsayıcı bir iletişim stratejisi gerektiriyor.

Özel Gün Arama İlgisi



Kaynak: İçinde 11:11 ve Black Friday geçen aramalar, Kasım 2019 günlük tahmin

Black Friday halen yılın en büyük alışveriş anı olsa da, diğer günler de gittikçe büyüyor.

Örneğin Bekarlar Günü'nün Arama ilgisi bir önceki yıla göre %93¹, En Uzun Gece'ninki ise %77² artış gösterdi.



Bekarlar Günü'ne olan ARAMA İLGİSİ %93 arttı.

Black Friday ile ilgili aramalar bir önceki hafta artmaya başlıyor ve son üç günde tavan yapıyor. Dünyada Black Friday olarak bildiğimiz bu özel gün, geçtiğimiz yıl Türkiye'de pek çok farklı lokalizasyonla hayat buldu. Black Friday ile ilgili aramalara baktığımızda, "şahane cuma", "şahane cuma indirimleri", "efsane cuma", "black friday ne zaman" gibi genel aramaların yanı sıra başına marka isimleri konarak yapılan aramalar özellikle artış gösteriyor.



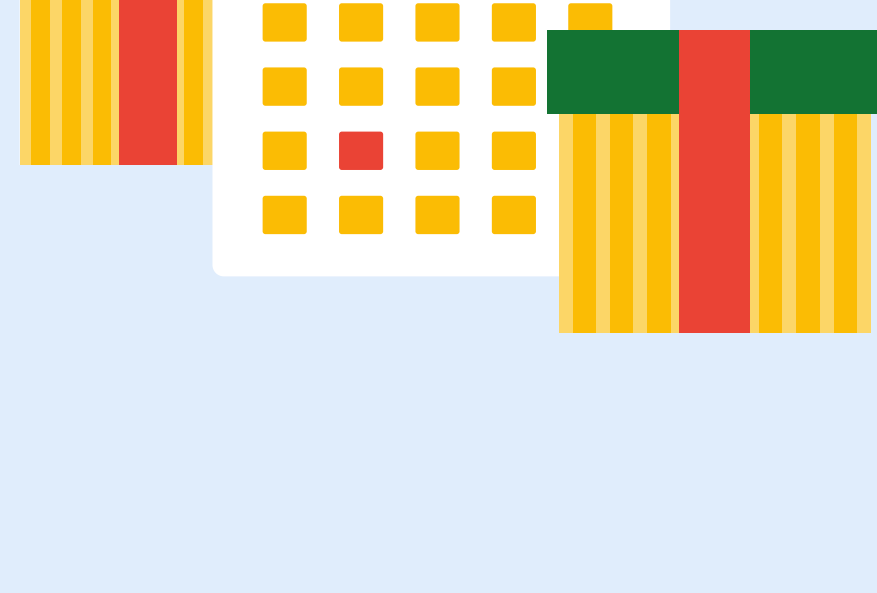
KATEGORİ İLGİSİ artışında %121 ile moda birinci oldu.

Bekarlar Günü ile ilgili aramalar dört gün önce artmaya başlayıp son iki gün tavan yapıyor. Bekarlar Günü'nde spor malzemeleri kategorisi %25⁵ artış ile ön plana çıkarken, En Uzun Gece'nin yükselen kategorisi %22⁶ ile makyaj ve kozmetik oluyor.

Tüketici elektroniği, moda, ev ve bahçe eşyaları, makyaj ve kozmetik, anne ve bebek, uçak bileti, otomotiv, spor malzemeleri kategorilerinin her birinde Black Friday döneminde ilgi artışı gerçekleşiyor. Kategori ilgisi artışında %121³ ile moda birinciliği, %74⁴ ile de spor malzemeleri ikinciliği alıyor.



En Uzun Gece'nin YÜKSELEN KATEGORİSİ %22 ile makyaj ve kozmetik oldu.



Siber Pazartesi ile birlikte başlayan hediye arama ilgisi, yeni yılın ilk hafta bitimine kadar devam ediyor. Aralık ayında yılbaşı hediyeleri almayı düşünen tüketicilerin %78⁷'i henüz hangi hediyeyi alacağına karar vermemiş oluyor ve "hediyeye seçenekleri", "yılbaşı hediye önerileri", "ne hediye alsam?" gibi arama planı çıkarıyor.

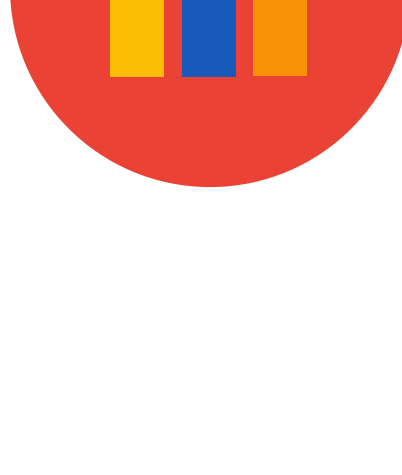
Aksiyona geçmeden adımlarınızı netleştirin:



Tüketicilerin arama periyodu gittikçe uzuyor. Özellikle Kasım ayının en başından başlayarak yıl sonuna kadar her daim görünür olmak için devamlı bir iletişim stratejisi benimseyin ve bilinirliğinizi hep en üst seviyede tutun. Alışveriş günlerinin yaklaştığı ve tavan yaptığı anlarda ise göz önünde bulundurma aşamasına ve satın alma adımına yönlendirmek için Arama ve Alışveriş kampanyalarından faydalanın.

★ İPUCU

Görüntülü Reklam ve YouTube'da bilinirliğinizi devamlı kılın, ulaşmak istediğiniz kitlelere göre hedeflemelerinizi belirleyin. Tüketicileri satın alma yönlendirmek için, Arama ve Akıllı Alışveriş'in yanı sıra YouTube for Action reklam modelinden faydalanın; doğru kişiye doğru zamanda erişin.



İşletmenize hitap eden ana kategorilerde yükselen trendleri Google Trends aracılığıyla öğrenin, kişiselleştirilmiş içerikler hazırlamak için ihtiyacınız olan veriyi bir araya getirin.

★ İPUCU

Yükselen kategorileri değerlendirin; ev ve bahçe, güzellik, bebek bakımı ve outdoor bu dönemin yükselen kategorileri arasında.



Hediye sezonu için Aralık ortasında tüketici ilgisini yakalayın ve yıl sonunda istediğiniz dönüşümü elde edin, unutmayın tüketicilerin yarısından fazlası henüz ne hediye alacağına karar vermiş değil.

★ İPUCU

Otomasyonun ve makine öğreniminin gücünden faydalanın.

Kaynak: 1-2 Google Verileri, 2017-2018 özel günlerdeki Arama ilgisi karşılaştırması

3-4-5-6 Google Verileri, 2018, 4. Çeyrek öne çıkan günler ile diğer günler arasındaki Arama ilgisi karşılaştırması

7- Google Surveys, Aralık 2018