FİKİR FABRİKASI

MIND FACTORY MAGAZİN

Eylül 2020 · No. 03

MIND
Factory

AYIN KONUSU

AVM'ler Kapanıyor E-AVM'ler Açılıyor

Sayfa 08

Leads Oluşturma

Sayfa 14

WEB TASARIM - SOSYAL MEDYA DANIŞMANLIĞI - PR REKLAM

Mind Concierge

Dijital Dünyanızın Asistanı

Mind Concierge Business Club Mind Concierge hizmeti alan tüm iş sahipleri özel Mind Concierge Business Club üyemiz sayılır. Bu B2B kulüpte karşılıklıtanışma ve birlikte iş yapma fırsatları sunuyoruz. Sürekli geliştirilen Mind Concierge Club içerikleri ve faydaları sizin de kaliteli ve çözüm odaklı fırsatlar sunacaktır.

Denetleme
Mevcut tüm dijital dünya hizmetlerinizi (sosyal medya hesaplarınızı, web sitenizi, uygulamanızı) test ediyor ve kalitesi hakkında sizlere bilgi paylaşıyoruz. Aynı şekilde size sunulan teklifleri inceliyor ve piyasa koşullarına uygun olup olmadığını, fiyat ve teknik yeterlilik hakkında fikrimizi iletiyoruz.

- Alan Adı kalite ve değer raporu
- Sunucu çiftliği testi
- Sosyal Medya hesap denetlemesi
- Web site kalite raporu
- IT Teklif denetleme ve tavsiye raporu

Uygulama
Özel yazılım, sunucu, alan adı ve benzeri siparişlerinizi, yurtdışı bağlantılı anlaşmalarınız için uygulamaya geçirerek sizin için satın almayı gerçekleştirebiliyor,
çözüm ortağınız olarak hizmet sunabiliyoruz.

- Hizmet seçimi satın alma ve denetleme süreçleri
- Eğitim danışmanlığı
- Sosyal Medya Projelendirme danışmanlığı
- Satış Pazarlama stratejisi danışmanlığı
- Internet Reklam Planlama danışmanlığı
- Pazar Hedefleme danışmanlığı

Asistan
Tam teşekkülü bilgiye sahip 20 yıllık tecrübeli bir ekibin size istediğiniz an hizmet ettiğini ve istediğiniz konuda size bilgiyi ulaştırdığını düşünün. Mind Concierge Asistan hizmetimiz ile her an yanınızdayız ve çözümünüz oluyoruz.

- Teknik destek
- Kurulum desteği
- Tercümanlık desteği
- Bilgi alma araştırma desteği

Değerli Müşterimiz

Ahmet Ataner ŞAPÇI

Genel Müdür Mindfactory İnternet Ltd.

Şirketimizin yayınladığı Mind Magazin Eylül sayımıza hoşgeldiniz.

Bundan tam 20 yıl önce bir arkadaşımın bana "gel bizim şirkette çalış, alan adı ve hosting hizmetleri sat" demesiyle başlayan ve bugün için yirminci yılını doldurmama neden olan internet ve bilişim dünyasına ilk adımı atmıştım. O zamanlar alan adı ve hosting ne olduğu bilmiyordum doğrusu. Zaman içinde öğrenip satış yapınca aşka geldim ve 2002 yılından bu yana kendi şirketlerim ile ilerlemeyi başardım. Bilişim ve internet dünyası benim için bir sevdaya dönüştü. Aşk ile yaptığım mesleğimi her gün daha da geliştirmek için üzerinden biraz daha fazlasını katabilmek için canla başla mücadele ettim. 2013 yılında "Neden Web Sitesi Sahibi Olmalıyız" ve 2015 yılında "Sosyal Medyadaki Yüzümüz" kitaplarımı yayınlayıp 2 yıl boyunca ülke genelinde 20 ilde eğitimler verdim. Her eğitim sonrası birilerine bir şeyler öğretebilmiş olmak ve onlara benim sevdam olan bilişim dünyası ile yakınlaştırmak olağanüstü bir duyguydu. Bugün için üçüncü kitabım hazır ve kısmetse önümüzdeki haftalar içinde yayına girecek.

Tüm okurlarımıza, müşterilerimiz ve bilişim sektörünü takip edenlere geleceğin burada olduğunu anlatmam gerekmiyor. Ama sevdanıza dönüşürse o zaman sizin geleceğiniz bilişim dünyasında yerini alacağına garanti edebilirim.

Yeni sayımızdaki konuları okurken aynı duygulara sahip olmanızı dilerim.

Ahmet Ataner Şapçı
Mindfactory Ltd. Genel Müdürü

Hakkımızda

Kullanıcıların kararlarını yönlendirmek ve güçlendirmek için sizleri aramızda tutmanın aksine; akıllı pazarlama stratejileri kullanarak sürekli yeni teknolojiler geliştirmek ve yıllar boyunca sürdürülebilir yeni nesiller elde etmek için çalışmalar yapmaktayız.

Mindfactory adından da anlaşılacağı gibi, işletmelere çözümler sağlamak için son kullanıcıların zihinlerini sürekli analiz eden bir fabrika gibi çalışmaktadır. Bu çalışmalar, basitten karmaşık olana doğru; kullanıcıları çekmenin ve elde tutmanın yolları, yapay zeka alanındaki yeni akıllı sistemlerin geliştirilmesidir. IT sistemlerinin geliştirilmesi, talep üzerine doğrudan tarafımızca uygulanan ve kontrol edilen pazarlama stratejileri ile birleştirilir. Endüstri müşterimiz olsa da hizmetlerimizden yararlanan son kullanıcılar da bizim müşterilerimizdir.

İnsani değerlerimizi koruyarak, hayatı kolaylaştırmanın yollarını açmak hedefiyle, gelecek için bir işaret koymaya devam etmek istemekteyiz.

Dinamik ve Deneyimli

Ekibimizle Tanışın!

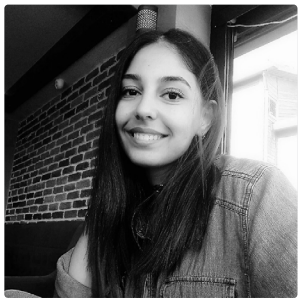
Daha Fazlası için Sitemizi Ziyaret Edin.

AHMET ATANER ŞAPÇI
Genel Müdür

AYLİN ARSLAN ŞAPÇI
Genel Müdür Yardımcısı

BANU
Pazarlama Müdürü

ARDA
Sanat Yönetmeni



EZGİ
Grafik Tasarım Uzmanı

OĞUR
Yazılım Geliştirme Koordinatörü

BERK
Web Arayüz Geliştiricisi

RECEP
Junior Yazılımcı

Yeni Web Sitemiz Yayında!

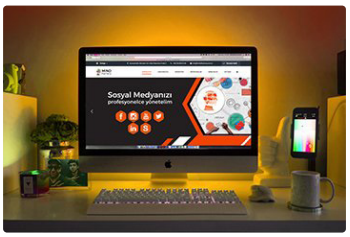
Tüm Hizmetlerimiz

Tüm Hizmetler

Sizin için neler yapabileceğimize bakalım. İhtiyacınız olan bir şey var mı? Sadece bize sorun, biz sizin için özel bir plan tanımlayalım. Tüm müşterilerimiz ile özel olarak ilgilenmekteyiz. Projelendirme ve hareket etmeyi planlamak, mücadelemizin ilk adımı olacaktır.

Dijital Pazarlama

Sosyal Medya Danışmanlığı
Sosyal Medya Reklamları
Pazar Hedefleme
Satış Stratejisi
Influencer Pazarlama



Web Geliştirme

Kurumsal Web Sitesi
E-Ticaret Web Sitesi
Haber - Portal Web Sitesi

Kurumsal Kimlik

Logo Tasarımı
Kişisel Markalaşma
PR ve Medya Yayılımı
Marka Tescil İşlemleri

Start-up & Gelişim

Fikir Geliştirme
Hayal Cüzdanı
İş Planı
B2B İletişim

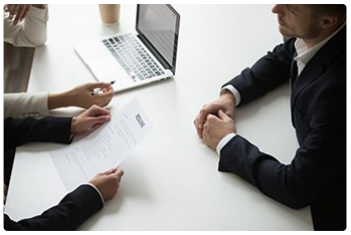
E-Posta Pazarlama

Basın PR

Uluslararası Basın PR
Ulusal Basın PR
Medya Satın Alma

Alan Adı Hizmeti

Tercüme



Şirket Kuruluşu

Hizmetlerimiz

Sosyal Medya Danışmanlığı

Günümüzde sosyal medyanın ne kadar önemli ve doğru kullanıldığında ne kadar güçlü olduğu konusunda hepimiz hemfikiriz. Markalar veya kişiler sosyal medya üzerinden hedef kitlesine ulaşım sağlayabilmektedir. Yani sosyal medya sayesinde marka ile hedef kitle doğrudan iletişim ve etkileşimde kalabilmektedir. Sosyal Medya araçlarını doğru bir şekilde kullanabilmek doğru stratejilerle mümkündür.

Sosyal Medya Danışmanlığı Kapsamında Çalışma Şeklimiz ve Hizmetlerimiz

Sizler için sosyal medya platformlarında bulunan adreslerinizi yönetiyoruz. Kurumsal kimlik kazandırıyoruz ve müşteri sayınızın arttırılması için çalışmalar yapıyoruz. Peki, Mindfactory'nin sizlere Sosyal Medya Danışmanlığında sunduğu hizmetler nelerdir beraber inceleyelim.

Sürdürülebilirlik yaratmak.

Sosyal iletişim sağlama.

Doğru müşteri potansiyelini elde etme.

Profil Kimliğini oluşturma.

Takipçilerde ve beğenilerde artış.

Satışları arttırma.

Mind Factory

Hizmetlerimiz

Sosyal Medya Hesap Yönetimi

Hesapların düzenlenmesi ve profesyonel kurulum yapılması.

Grafik Tasarımlar (min. 50 görsel)

Günlük paylaşım için grafiklerin hazırlanması.

Hedef Kitle Tespiti

Organik hedef kitle tespiti ve takipçi kazandırmak.

Sosyal Medya Danışmanlığı

Reklam Çalışması

Yeniden hedefleme çalışması için siteye eklenen piksel sayesinde bir kere ziyaret eden kullanıcıları ay boyunca takip etme.

Toplu Mail Gönderimi

Gönderim formu hazırlanması, oluşan listelere toplu mail gönderimi sağlanması, ulaşan ve açılan maillerin raporlanması.

Sonuç Raporu

Aylık sonuçların rapor edilmesi.

Yazı İçeriği ve hashtag seçimi

Günlük yazı içeriği çalışması ve gündeme uygun hashtag seçimi.

E-AVM'ler Açılıyor

AVM ler kapanıyor - E Pazaryeri Alışveriş Merkezleri Açılıyor

Günümüzde elektronik ticaretin önemini hepimiz çok daha derin şekilde anladık. Yaşanan kısıtlamalardan dolayı fiziksel olarak AVM'lerden uzak durmaya çalışıp daha çok İnternetten alışveriş yapmayı tercih edildi. AVM 'lerin yoğunluğu ve müşterilerin fiziksel olarak alışverişe çıkamaması kendini hissettirmeye başlamış ve Türkiye'de ilk kez bir AVM kepenk indirmiş bulundu. Kısıtlama süreci uzadıkça birçok işletme için de AVM 'de yüksek kira bedeli ödemek ve boşalan AVM 'de müşteri beklemek esnaf ve markalar için bir işkence haline gelip dükkanlarını kapamayı tercih ederken yabancı markalar ülkemizden ayrılmasına bile yol açtı.

E-Pazaryeri başlangıçları

Butik veya tek markadan alışveriş yapmak yerine insanlar ürünleri ve hizmetleri karşılaştırabileceği, en uygun fiyata en iyi hizmeti almak için araştırma yapabileceği alan aramaktalar. Bu alanlar eskiden AVM 'ler olup daha sonra Google Arama Motoru üzerinden bizzat tek tek ve uzun süren araştırmalar ile yapılıyordu. Türkiye'de öncü olan Gittigidiyor, Trendyol, Hepsiburada ve N11.com olup birçok şirketin ürünlerini iç piyasaya satabilmeleri için E-Pazaryeri siteleri oluşturdu. Bunların da uluslararası öncüleri Amazon.com, Ebay ve AliExpress olmuştur. Trend o kadar ileri gidiyor ki artık iç piyasada değil Türk markaları kolayca yabancı E-Pazaryerleri üzerinden ihracat yapıyor ve birebir hizmet ve ürünlerini yurtdışına da pazarlayabiliyor. Sonuç itibariye son tüketici bu plat formlarda önceden AVM 'de olduğu gibi birçok mağazanın sunduğu ürünleri inceleyebiliyor ve fiyatları da karşılaştırma fırsatı buluyor.

İlk değişim E-Ticaret Sitesi

Değişimi öncelerden anlayan ve kendi e-ticaret sitesini, kısacası ürün ve hizmetlerini pazarlayabileceği, ödemelerini online alabileceği ve müşteri ilişkilerini İnternet üzerinden kurabileceği bir site ile piyasada yerlerini aldılar. E-Ticaretin sitelerin tek ürünlük sitelerden geniş çaplı ürün yelpazesi geniş online alışveriş mağazaları oluştu. Web sitesinde artık sadece tanıtım değil aynı zamanda aktif satış ile büyük cirolar elde eden firmalar binleri aştı.

E-AVM'ler Açılıyor

E-AVM dönemi başlıyor

İlk AVM 'lerin kurulduğunda sadece İstanbul'da 200 üzeri AVM olacağına belki kimse inanmamıştır. Ama ardı ardına kurulan dev AVM 'ler ve içinde yer alan Markaların yoğun talebi karşılaması ve bu AVM 'leri bir eğlence merkezine dönüştürmesi yükselen ekonominin trendi olarak görülüyordu. Bugün için fiziksel alışverişin gerilediği ve özellikle Y ve Z kuşağın yoğun olarak alışverişini İnternetten yapması ileriki dönemlerde binlerce

E-AVM ve E-Pazaryeri açılacağını gösteriyor.
E-AVM olarak aynı ürün grubundan birçok markayı barındıran veya birçok farklı ürün grubundan farklı ürün grubundan farklı markalar içeren online alışveriş sitesine verilen isimdir. Markalar bu sayfalardan hizmet ve ürünlerini satarken site işletmesi ile ufak bir miktarda karlarını paylaşabiliyor veya aylık yıllık bir aidat ile kendine mağaza kiralayabiliyor. Maliyetleri fiziksel AVM 'ler ile mukayese edildiğinde inanılmaz ucuz olan bu sanal mağazaların tercih edilmesi yakında çok daha fazla E-AVM açılacağının işareti olarak görüyoruz. Mindfactory olarak E-AVM kurmak isteyen müşterilerimiz için gereken tüm altyapıyı sağlayıp istedikleri E-AVM 'yi oluşturuyoruz. Sizde kendi E-AVM 'nize sahip olmak B2C ve C2C satış platformuna sahip olmak istiyorsanız Ayrıntılar için alttaki linke tıklayın

Web Tasarım

WEB HİZMETLERİMİZ

Sektörünüzde kurumsal kimliğinizi koruyarak, markanızı üst seviyelere ulaştırmak için ele alacağınız ve önem vereceğiniz ilk konu internet adresinizin web tasarımı olacaktır. Günümüzde web site kullanıcılarının %81'i mobil cihazlar üzerinden kullanım sağlamaktadır. Bu nedenle web sitenizin "duyarlı" (mobil uyumlu) olması gerekmektedir. Buna ek olarak sitenizin üyelerinin, siteniz üzerinden işlem yapabilmeleri, kendilerini tanıtabilmeleri ve sosyal medyadan paylaşabilmeleri de önemli hususlar arasındadır.

Web Tasarım Hizmeti Kapsamında Çalışma Şeklimiz ve Hizmetlerimiz

Web sitenizi; sizin için, sizin istekleriniz ve sektörel yapınız doğrultusunda tasarlıyoruz. Sizin için tasarladığımız web sitesini markanıza özel olarak hazırlıyor, sizlerin arzu ve istekleri doğrultusunda en ince ayrıntısına kadar takip ve analiz çalışmaları gerçekleştirerek hizmetinize sunuyoruz.

Alan Adı Hosting (E-posta Servisi);

Alan adınız (domain) ve barındırma hizmeti (hosting) tarafımızca açılarak yönetilecektir. E-posta ve sayfa trafiğiniz sınırsızdır. Bunlara ek olarak toplu e-posta gönderimi gerçekleştirmekteyiz.

Duyarlı Tasarım (mobil uyumluluk);

Web sitenizi tasarlarken duyarlı (mobil uyumlu) olarak tasarlıyoruz.

Özel Yönetim Paneli;

Yönetim paneli ile tüm içeriğinizi rahatlıkla kontrol edebilir ve yönetebilirsiniz.

Arama Motoru (Google) ve Sosyal Medya Optimizasyonu;

Web sitenizin içeriği, sosyal medya ve arama motoru (Google) için optimize edilmiş olarak düzenlenecek ve yayınlanacaktır.

Web Tasarım Aşamaları

Back-office sistemi;

Arama motor optimizasyonları yapıyoruz. Sizin için içerik oluşturuyoruz, üye listeleri ve istatiksel veri analiz çalışmaları yapıyoruz. Bunlara ek olarak online shop sistemli web sitesi için, sipariş takip listeleri oluşturmaktayız.

Grafik Tasarım;

Gerekli tüm tasarım çalışmalarını ve LOGO çalışmalarını (site ve sosyal medya) yapıyoruz.

Blog-System;

Fotograf yüklenebilir, menü güncelleme işlemlerinin yapılabildiği panel kurulumu sağlıyoruz ve bu alanın sosyal medyada paylaşılabilir olması için sosyal medya butonları yerleştiriyoruz.

Tasarım;

Mobil uyumlu, üyelik sistemli, yorum ve paylaşım sistemli, bütün optimizasyonları tamamlanmış, kullanımı kolay ve sade bir site tasarlıyoruz. Online shop sitesi için; bunlara ek olarak online ödemeli shop sistemi kurulumlu web site çalışması yapmaktayız.

Editoryel içerik;

Haber ve sosyal medya paylaşımlarınız için içerik oluşturma çalışmaları yapıyoruz.

Yeniden Pazarlama;

Web sitenizi ziyaret edenlere yeniden ulaşabilmeniz için Google ve Facebook entegrasyonlarını gerçekleştiriyoruz. Bununla birlikte yeniden hedefleme ve yeniden pazarlama sağlıyoruz.

Projelendirme Çalışması;

Sizin istekleriniz ve sektörel yapınız doğrultusunda projelendirme yapıyoruz.

Danışmanlık;

İnternet pazarlama çalışmalarınız için çok yönlü danışmanlık hizmeti sunmaktayız.

Web Geliştirme

Web geliştirme , İnternet (World Wide Web) veya intranet (özel ağ) için bir web sitesi geliştirmeye yönelik çalışmadır. Web geliştirme basit bir tek gelişmekte arasında olabilir statik sayfa arasında düz metin karmaşık web tabanlı için internet uygulamaları (web uygulamaları), elektronik işletmeler ve sosyal ağ hizmetleri.

Web geliştirme, intranet veya internet üzerinden barındırma (hosting) hizmeti için web sitelerini geliştirme ile ilgili görevleri genel olarak ifade eder. Web geliştirme süreci; web tasarımı, web içeriği geliştirme, istemci tarafı / sunucu tarafı komut dosyası oluşturma ve ağ güvenliği yapılandırmasını içerir.

Referanslarımız

İnci Gübre

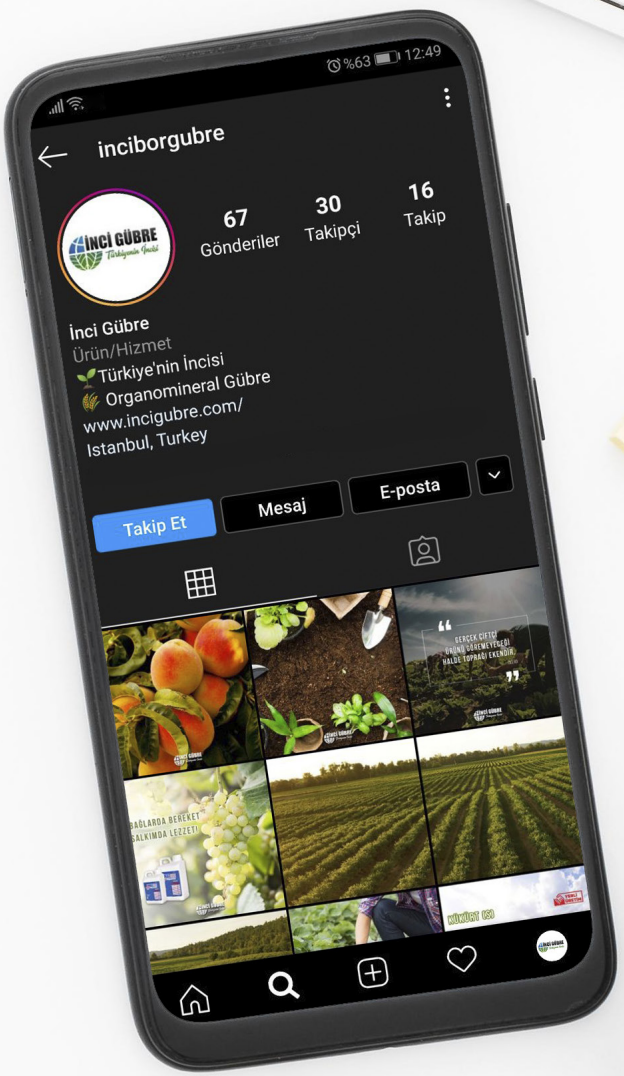
Türkiye'nin İNCİSİ Organomineral Gübre

İnci Gübre, organomineral gübre üreten ve tarımı daha da ileriye götürmeyi amaçlayan bir firmadır.

Topraklarımızdaki verimi arttırmayı hedefleyen İnci Gübre, içeriğindeki yararlı elementler ile hem toprak kalitesini yükseltmekte hem de bitkileri beslemektedir. Günümüzde tarımda çoğunlukla kimyasal içerikli ürünler kullanılmaktadır, ve bunun sonucunda ekili alanlar zarar görmekte hem de yetiştirilen ürünler doğallıktan uzak olmaktadır.

İnci Gübre ise organik gübre olduğu için hem toprak verimini artırmakla birlikte İnci Gübre ile yetiştirilen ürünler insanların sağlıklı beslenmesini sağlar.

@inciborgubre



Zeytin Ağacı Otel

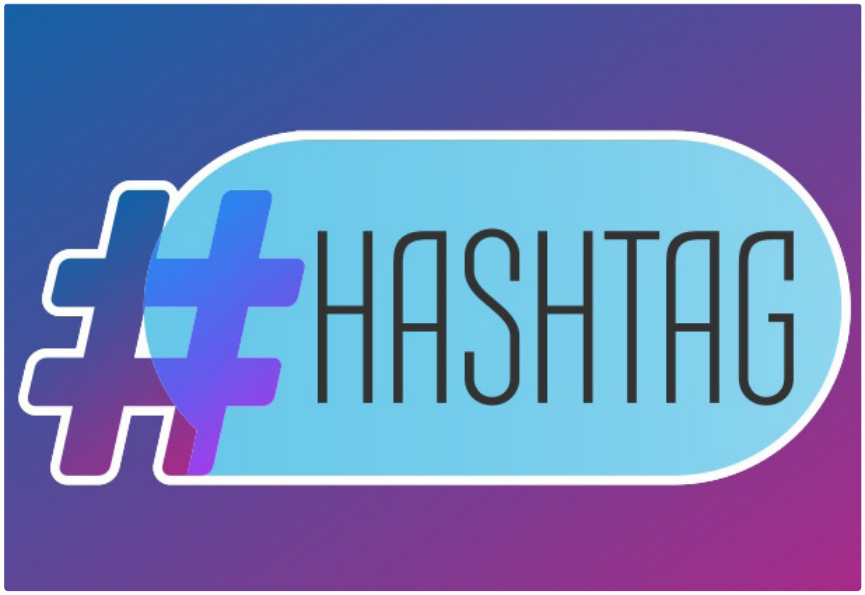
Her işletmenin bir başlangıcı vardır ve işte sizinkinden bahsediyorsunuz. İnsanlar hangi fırsatı gördüğünüzü ya da tutkunuzun yeni bir şeyin yaratılmasına nasıl yol açtığını bilmek ister.

Balat'ın Tarihçesi
Balat'ın tarihi Bizanslılara kadar dayanıyor. ... Balat`a gelen Musevi aileler 100 civarındadır. Bu aileler Kastorio Sinagogu`nu inşa edip çevresine yerleşmişlerdir. 1493 yılında İspanya`dan gelen Yahudiler Balat`a yerleşmiş ve uzun bir süre Balat`ta yaşamıştır. 1497 yılında ise Portekiz ve İtalya`da Museviler gelmiştir.

Mahzen
Petro Kapısı'nın yanında bulunan mahalle, Bizans döneminde "Fanari" adını taşımaktaydı. Şimdiki Fener iskelesinin olduğu yerde, o zamanlarda bir deniz feneri bulunmaktaydı. Bu fenerin, İstanbul'da meydana gelen büyük depremler ve kuşatmalar sonucunda yok olduğu tahmin edilmektedir.

www.zeytinagacihotels.com

Hashtag



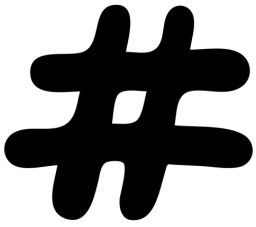
Hashtag Nasıl Seçilir? Doğru Hashtag Nasıl Bulunur?

Hashtag Nasıl Seçilir? Doğru Hashtag Nasıl Bulunur?
Hashtag seçimi yapılırken nelere dikkat edilmeli veya nasıl hashtag seçilmelidir?

Birinci amaç doğrudan "ortak" kitleye ulaşmak
Sosyal medya paylaşımlarında genel olarak hashtag kullanma amacı aynı fikre ve doğrudan belli bir kitle ile ortak mesaj paylaşımı yapıldığını belirtme amacıdır. Örnek olarak bir oto galeri araba satıyorsa araba ile ilgilenen kitleler için ortak olabilecek hashtag seçimi yapar. Bunlar mesela: #oto #araba #tuning #cars #otomobil #ikincielaraba gibi hashtag seçimleri olabilir. Hepsi birebir veya dolayı yoldan "araba" arama kelimesi ile ilişkili kelimelerdir.

İkinci amaç dolayı yoldan "ilgi duyabilecek" kitleye ulaşmak
Bazı kitlelerin birbiri ile ilişkilendirmek mümkündür. Bunlar çok kapsamlı olarak ayırt etmek ve farklı sosyolojik, demografik ve psikolojik açılardan bakılması tartılması ve seçilmesi gerekir. Birçok noktada birleşebilecek olan ortak "ilgi kitleleri" birbirine en yakın olanlardan seçilmelidir. Farz edelim güzellik merkezi işletiyoruz ve paylaşımda "ilgi duyabilecek" kitleye ulaşmak istiyoruz; #beauty #fashion #shoes #bags #lipstick #parfume; Burada gördüğünüz bazı hashtagler güzellik merkezi ile ilgisi olmasa da aynı gruba hitap ediyor. Güzellik uygulaması yaptırmak isteyen bir kadın aynı zamanda parfüm veya ayakkabı ile ilgileniyordur. Bakım ve Moda örnek olarak birbirine çok yakın iki sektördür ve "ilgi duyabilecek" kitleye ulaşmanızı sağlar.

Üçüncü amaç "günlük ve gündeme uygun genel kitleye" ulaşmak
Genel olarak hergün belirli hashtagler çoğunluk tarafından kullanılır. Pazartesi günleri (ve diğer günlerde) örnek olarak #pazartesi (#salı vs.) ile geniş kitleye ulaşabilirsiniz. Aynı zamanda her zaman kullanılan hashtagler vardır. Misal: #aşk #yağmur #güneş #yaz #bahar, #sağlık #huzur #mutluluk; Çoğunluk bir kitleye ulaşmak istiyorsanız bu tarz günlük kullanımda kullanılan hashtagler ile geniş çapta bir etki yaratabilirsiniz. Konunuza tezat ve tamamen alakasız seçimlerden kaçınmaya çalışmanızı tavsiye ederim.



Dördüncü amaç "özel gün" seçimleri

Ülkemizde ve dünyada kutlanan özel günler vardır. Bunlar bayramlar, anneler günü - babalar günü, milli ve dini günler olabileceği gibi aynı zamanda ticari veya dünyada yankı yaratmış günler de olabilir. Bunlar için buna benzer hashtagler oluşturmak ve gününde kullanmakta fayda vardır; #annelergünü #babalargünü #silvester #happynewyear #blackfriday vs.

Genel olarak hashtag seçiminde dikkat edilmesi gerekenler

Genel olarak ne kadar çok hashtag kullanırsam o kadar çok çevreye ulaşırım mantığı hakimdir. Oysa bu her zaman doğru değildir. Her hashtag seçimin bir karşı değeri vardır. Yüksek penetrasyonlu hashtag kullanmak yine yüksek trafiğe yol açabilir. Aynı şekilde düşük trafikli hashtagler de aksini yaratır. Hashtag seçildikten sonra onun kontrolünü sosyal medya aracınız ile yapılması ve bugüne kadar kaç kere paylaşıldığını tespit etmenizi tavsiye ederim. Maksimum 28 adet seçebileceğiniz hashtaglerin yarısı 1000 kere seçilmiş diğerleri belki de 100.000 kere seçilmiş olabilir. Size fayda sağlayacak olan çok kez seçilmiş olanlar olacaktır.

Kendi hashtag seçiminiz - size özel hashtag

Buna ek olarak bilinmesi gereken kendi hashtag'lerinizi de yaratmanız da fayda olacaktır. Bu seçim ile kendi kitlenizi yaratabilir ve özellikle sizin paylaşımlarınızı ve sizin hesabınızı takip edenlere devamlılık sağlamış olacaksınız.

Çekiliş veya ortak reklam amaçlı hashtag seçimi

Bir çekiliş veya reklam amaçlı kullanılacak hashtag üretebilir, bu hashtag ile kısa bir süreliğini birçok kişinin paylaşım yapmasını sağlayabilirsiniz. Örnek #birliktegüzel #vodafonezamanı #haydikızlarokula vs. gibi.

Özetle hashtag seçimi

Hashtag bir araçtır. Amacı da ortak noktada insanların ilgisini çekmektir. Görselleriniz hashtag ile ilgili ise daha çok başarıya ulaştırır. Yayılımı aylar sonra bile hashtag sitelerinde görünür olacağı için, arama motorlarında bir penetrasyon yaratabilirsiniz. Bunu dikkate alarak seçimlerinizi yapmanızı ve hashtag kullanmanızı tavsiye ederim. Hashtag'ler doğru kullanıldığı taktirde takipçinizi ve beğeni sayınızı arttırabileceği gibi sürekli aynı hashtagleri (her post için) kullanırsanız sosyal medya hesabınızın spam yaptığını ve bundan dolayı bir sandbox veya ban yemenize neden olabilir. Düzgün ve düzenli şekilde karma ve konunuza uygun hashtag seçiniz.

Leads Oluşturma

Bir Lead nedir?

Genel olarak;

Bir Lead bir kişi veya kuruluş tarafından sizin yaptığınız ürün veya hizmet reklamı üzerine gelen taleptir. Genel olarak reklam çalışması ile oluşan bu talep kişinin sizin hizmetinize olan ilgisini açıkça gösterir. Potansiyel Lead nasıl oluşturulur?

Talepler farklı internet mecraları üzerinden oluşturulması mümkündür. Bunlar örnek olarak sosyal medya sayfaları veya arama motorları olabilir. Önemli olan doğru kitleye hitap etmek ve aynı zamanda gerekli bilgileri toplamaktır. Örnek olarak bir Lead (Tale formu) ile telefon, eposta, ad soyad veya doğum tarihi gibi bilgilere ulaşabilirsiniz. Toplanacak taleplerin çoğunluğu değil daha çok kalitesi önem taşımaktadır. Bir Talepformu ile gerekeninden fazla bilgi toplamaya çalışırsanız otomatik olarak daha az talep formu dönüşü alırsınız.

Optimum potansiyel müşteriler oluştururken nelere dikkat edilmelidir?

Profesyonel potansiyel müşteriler oluşturmak için aşağıdaki faktörleri göz önünde bulundurmalısınız:

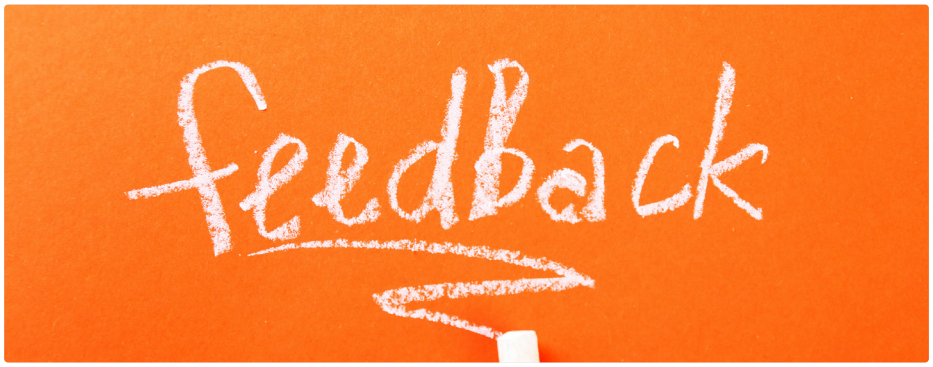
Doğru müşteriye hitap edin

Potansiyel müşterilerinize ulaşmak için doğru seçimleri yapın. Hedef grubunuzu ne kadar kesin tanımlarsanız, müşteri adayı olarak o kadar iyi sonuçlar alırsınız. Başvuru için doğru zamanlamayı bulmak kadar ilgi alanlarının tanımını tanımlamak da önemlidir. Profesyonel ekibimiz, bir hedef kitleyi nasıl kesin olarak tanımlayabileceğinizi size göstermekten mutluluk duyacaktır.

Leads Oluşturma

Geri bildirim süresine dikkat edin

Gelen Lead ile kesinlikle 4 saat içinde iletişime geçmelisiniz. Her gecikmeyle, talep zayıflar ve dolayısıyla müşterinin ilgisi azalır. Bu kuralın dışında bırakılanlar, çalışma saatleriniz dışındaki zamanlardır. Saat 21: 00'de oluşturulan bir Lead ile iletişime geçmenin en iyi yolu, ertesi sabah ilk 4 saattir. Aynısı hafta sonları için de geçerli. Burada da tabii ki sektör bazında farklılaşmanız gerekiyor. Eğlence işindeyseniz, bir otel veya restoran için rezervasyon talebi oluşturmaya çalışıyorsanız müşteriler 7/24 ulaşmanız mümkündür.



Bilgi Güçtür

Ancak, yalnızca uygulanabilir bilgi size güç verecektir. Bu edenle, gelen taleplerinizi kontrol ederek ve talep oluşturan kişi ve beklentileri hakkında mümkün olduğunca fazla bilgi toplayarak iyi hazırlanın.

İletişim fırsatları

Herkes için standartlaştırılmış bir cevabınız varsa, lead'lere doğrudan e-posta pazarlama yoluyla iletişime geçmeniz önerilir. Kişiselleştirilmiş bir şekilde yanıtlanacaksa, potansiyel müşteriye telefonla iletişime geçmenizi öneririz. Bundan sonra, her şey doğru satış yönetimi aşamasına kalıyor. İlk satış stratejinize hemen tepki vermeyen müşteri adayları, e-posta pazarlaması için bir havuzda toplanabilir. Çünkü haftalar ve aylar sonra bile satışa dönüşebilir.

Son olarak, yalnızca gerektiği kadar potansiyel müşteri üretmelisiniz. Bir müşteri adayına geç yanıt vermek veya cevap vermemek markaya ve itibara zarar verir. Sadece yetiştirebileceğiniz kadar talep oluşturun.

Profesyonel olarak potansiyel müşteriler oluşturmak ister misiniz? O zaman teklifimiz için bizimle iletişime geçin!

Gözde ÇINAR, Sağlık Turizminin Tüm Bilinmeyenlerini Açıklıyor

www.healthandbeautyistanbul.com

1-) Sağlık turizmi aracılığıyla hizmet almanın, doğrudan hizmet almakla arasındaki farklar nelerdir?

Sağlığınız devlet güvencesi altındadır. İhtiyacınız olan tedavi en iyi şartlarda ve güvenle gerçekleştirilir. İşlem sonrası burada ve ülkenize geri döndüğünüzde, düzenli hasta takibi yapılır, hasta ve hekim arasındaki iletişim konusunda köprü oluşturulur.
Bunun yanısıra aşvurduğunuz konuyla ilgili gereken ön bilgileriniz (raporlar, tetkikler, görüntüler, vb.) talep edilir ve incelenerek değerlendirmesi yapılır.
Uygun olan sağlık kuruluşu ve hekim alternatifleri, ortalama ücretlendirme ile birlikte tarafınıza sunulur.
Ülkemize gelmeye karar verdiğiniz takdirde isteğinize bağlı olarak;
a. Havaalanı Transferi: Türkiye'ye geldiğiniz andan itibaren havaalanında karşılanarak, dönüşünüze kadar transfer hizmetinizi konforlu araçlarımızla gerçekleştiriyoruz.
b. Konaklama Hizmetleri: Bütçenize göre rahatınızı en üst seviyede tutacak otelleri sizin için organize ederiz.
c. Tercümanlık Hizmeti: İngilizce, Almanca, Fransızca ve Arapça bilen tercümanlarımız Türkiye'deki yolculuğunuz boyunca sizin tüm işlemlerinizi rahatlıkla yapmanızı sağlar.
d. Gezi ve Ulaşım Hizmetleri: Türkiye'nin gezilebilecek yüzlerce tarihi ve turistik yerlerini görmek için, profesyonel rehber ve araçlarımız hizmetinizde.
Kısaca ihtiyacınız olan tedavi en iyi şartlarda ve güvenle gerçekleştirilir.

2-) Türkiye'de sağlık turizmi ekonomik midir?

Gerektiği kadar ekonomiktir çünkü Türkiye'de sağlık sektörünün birçok Avrupa ülkesinden daha ekonomik olmasının sebebi, yüksek kalite standartlarındaki hastanelerin, uzman doktorların çok sayıda olmasıdır.

3-) Türkiye'de hastane kalitesi nasıldır?

Hastahanelerimiz teknoloji gerek deneyimli ve ekipleri gerekse hastahane konforu ve refakat hizmetleri 5 yıldızlı otel konforunda hizmet vermektedir.

4-) Hastalar kendi doktorlarını seçebiliyorlar mı?

Tabiki seçebilirler isterlerse ama burada ihtiyaca göre doğru yönlendirme önemlidir. Türkiye, sağlık sektöründe çok iyi yetişmiş ve eğitimli insan gücüne sahiptir. Yabancı dil bilen doktor ve sağlık çalışanlarıyla iletişim konusunda sorun yaşanmamaktadır. Sağlık turisti, kafasında oluşan her türlü soruya kolaylıkla cevap alabilir.
Mesela estetik operasyonlarda daha çok burun operasyonları yapan bir doktordan yüz germe veya meme operasyonu isterseniz çok da iyi sonuç alamayabilirsiniz. Yada çok operasyon yapan bir doktorun aynı yerde birden fazla olmaması ile ilgili sorularınız olmalı. Konusunda uzman hekimlerimiz ihtiyaçlarınız doğrultusunda hizmet vermektedirler. Sağlığınızı güvenli ellere emanet etmelisiniz.

5-) Tedavi süresince hastalara verdiğiniz ek bir hizmet var mı?

Gelen hastalarımızın istedikleri taktirde karşılama ve otel rezervasyonları, tercümanlık hizmeti bunun yanında panoramik şehir turu tarihi ve turistik mekanlarında bir gezinti veya şehrin en güzel restoranlarında lezzet şöleni ve keyifle geçirilecek yemek organizasyonları planlayabiliriz.

6-) Hastalar konaklayacakları yerleri kendileri mi belirliyorlar?

Avrupa 'da yaşayan Türkler genellikle kedileri belirliyorlar operasyonun içeriğine göre akrabalarında ev ortamında kalmayı isteyenler de oluyor istenirse hastahaneye , muayenehane yada merkezi konumdaki otellerimizi önerebiliyoruz bu konu da kısıtlama ve şart yok.

7-) Sizce Türkiye sağlık turizmi için neden seçilmelidir?

Türkiye, eşsiz ve stratejik coğrafi konumu ile Avrupa, Asya ve Orta Asya'ya sınırı bulunan iki kıta arasındaki kavşak noktasıdır. Birçok ülkeden uçakla kolay ve kısa sürede ulaşılabilir. Türkiye, geçmişinden gelen misafirperverlik geleneğini sağlık turizm hizmeti anlayışıyla birleştirmiştir. Sağlık turistinin Türkiye'ye ayak basmasından itibaren, evine uğurlanana kadar ihtiyaç duyabileceği her türlü hizmet, uzman sağlık personeli ve acente yetkilileri tarafından karşılanmaktadır.

Çok değerli doktorlarımız var, hastahanelerimiz geniş olanaklara sahip ve 5 yıldızlı yatak hizmeti alabilecekleri imkanlara sahibiz . Maliyetlerimiz düşük .

Tedaviye kısa sürede erişebiliyoruz mesela ABD'deki tüp bebek tedavisi 15.000$ iken benzer tedavi Türkiye'de ortalama 5.000 $ Kanada kalça protezi için bekleme süresi 26 hafta ve acil olmayan katarakt ameliyatı içinse 16 hafta Türkiye 'de bu süreçleri kısaltabiliyoruz.

ayrıca görülebilecek tarihi ve turistik yerlerimiz ve tatil yapılabilecek muhteşem bir doğaya sahibiz.

8-) Sağlık turizmi için en çok hangi ülkeden hasta gelmektedir?

Almanya, Arabistan, Rusya , Hollanda, Azerbaycan, Fransa, Türk Cumhuriyetleri , Irak, İngiltere, İsviçre

9-) Türkiye'ye en çok hangi tedavi için hasta gelmektedir?

Estetik operasyonlar, saç nakli, görme bozuklukları, diş tedavileri, ortopedik cerrahi, kardiyak tedavileri, doku ve organ nakli, onkolojik tedaviler.

10-) Erkeklerin en çok tercih ettiği estetik operasyon hangisidir?

Saç ekimi, jinekomasti ve liposaction.

Health & Beauty ISTANBUL

Viral Loop - Potansiyel
Müşterileriniz İle Döngü Yaratın

Viral döngü nedir?

Viral döngü, bir lead oluşturulduktan sonraki diğer davranışı ifade eder. Reklam yoluyla kazanılan ilgili taraf, başkalarının ilgisini çekmeye teşvik edilir.

Optimize edilmiş bir viral döngü için nelere ihtiyacım var?

En iyi şekilde hazırlanabilmek ve üretilen potansiyel müşterilerden (veya reklamlar, kampanyalar) en iyi sonucu almak için, her şeyden önce kendi web sitenize sahip olmalısınız. Bu, doğrudan şirketinizin web sitesini temsil edebilir veya potansiyel müşteriler oluşturmak için oluşturulmuş bir açılış sayfası olabilir. Her durumda, web sitesine, ziyaretçilere gelecekte yeniden pazarlama yoluyla ulaşılmasını sağlayacak bir piksel yerleştirilir. Ayrıca, reklamın başından itibaren bir potansiyel müşterinin başarılı bir şekilde sonuçlandırılmasına kadar ulaşılması gereken bir süreci de belirlemelisiniz. Her adım mümkün olduğunca planlanmalı ve otomatikleştirilmelidir.

Viral döngü leadlere nasıl uygulanır?

En kolay yol bonus prosedürüdür. Oluşturduğunuz potansiyel müşteri, ilan ettiğiniz bir bonus karşılığında sizin için paylaşım yapmaya teşvik edilecektir. Örnek olarak, indirim verebilir veya özel çekilişler sunabilirsiniz. Bilgilerinizi tekrar paylaştığınızda, siz onu durdurana kadar çalışmaya devam edebilecek bir döngü başlar. Viral döngüde yüksek bir frekans elde etmek için, başlangıç pik sayısının yüksek bir frekansa sahip olması önemlidir. İlk salgın ne kadar yüksekse, viral döngünün tepkisi o kadar yüksek olacaktır. Bir virüs salgını gibi düşünün. Başlangıçta çoğu enfekte olursa, virüsten insandan insana daha hızlı yayılır. Bunun için ilk itici güç, artan bir reklam bütçesi ile planlanmalıdır. Ve sonra eşit olarak dağıtılmasına gerekir. Viral, bir noktada bağlantısı kesilene kadar daha fazla "ücretsiz yeniden paylaşım" yoluyla zamanla yayılacaktır.

Çekici mi İtici mi?

Mindfactory Internet Social Media Agency

Sosyal Medyada ve pazarlama dünyasında başarılı olabilmek için en önemli etkenlerden biri kendini pazarlayabilmektir. Bunun için ilk ölçüm empati kurabilmek ve sempati kazanmaktır. Bunu başarabilmek adına Çekici olmak gerekir. Peki kendinizi değerlendirirken daha çok çekici mi yoksa itici mi olduğunuzu düşünüyorsunuz? Alttaki tanımlara bakarak bir öz eleştiri yapabilir kendinize yeni bir format atmak için bugün çalışmalara başlayabilirsiniz.

Çekici mi İtici mi? Hangisi sizi tarif ediyor?

Çekici İnsanların Özellikleri

• Öz disiplinleri, merhametleri ve cesaretleriyle tanınırlar.
• Kararlı ve tutarlıdırlar; kendileriyle çelişmezler.
• Kendileriyle barışıktırlar; ama kendilerini her zaman geliştirmeye çalışırlar.
• Yaşamlarının sorumluluğunu başkalarına yüklemezler, kendileri alırlar.
• Mazeret ve suçlu aramazlar.
• Bakımlı ve temizdirler; görünümlerine ve kıyafetlerine özen gösterirler.
• Oturuş ve yürüyüşleri diktir.
• Ne kimseye tepeden bakar, ne de kendilerini küçük görürler.
• Kendi fikirleri vardır; bunları savunur ve sahiplenirler.
• Kendilerini çoğunluğun görüşlerine katılmak, onlara ayak uydurmak zorunda hissetmezler.
• Diksiyon ve konuşmaları düzgündür.
• Olaylara olumlu yaklaşmayı bilirler; sorunlara şikayet temelli değil çözüm arayışıyla yaklaşırlar.

İtici İnsanların Özellikleri

• Daima depresif, şikayet eden, moral bozukluğu içinde gezen tiplerdir.
• Kolay kolay mutlu olmazlar.
• Her zaman suçlu birilerini ararlar.
• Ya görünümleriyle, ya kariyerleriyle, ya iş arkadaşlarıyla daima bir takıntıları vardır.
• Birinin gelip kendilerini mutlu etmesini beklerler.
• Üretim yerine tüketim odaklıdırlar.
• Takdir etmeyi, beğenmeyi bilmezler.
• Saygılı davranmazlar, bencil ve benmerkezcidirler.
• Genellikle kendi fikirleri yoktur, çoğunluğa uyarlar.
Zaman zaman kaba, hoyrat, kırıcı olabilirler.
• Kolay kolay karar veremezler; çünkü kararlarının getireceği sorumluluğu almaktan korkarlar.

2000
InterNetX

2002
MA - Medya Regensburg

2003
MelAti Web Tasarım

2013
Neden Web Sitesi Sahibi Olmalıyız?

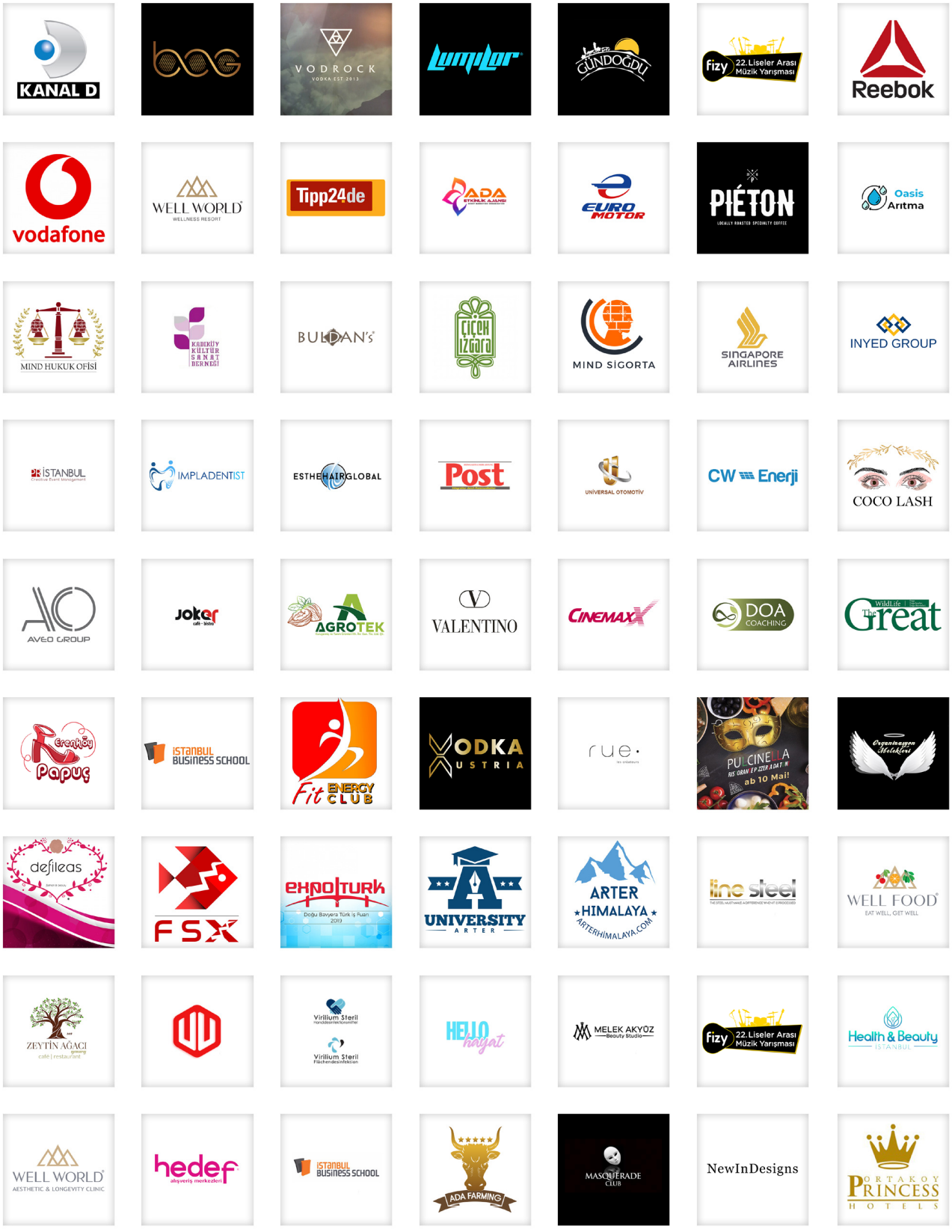
2015
Sosyal Medyadaki Yüzümüz

2016
Evleniyoruz Biz LTD.

2018
Mindfactory LTD.

Toplam Tecrübe: 20 Yıl
Toplam Müşteri: 670
Yayın: 3 Adet Kitap
Çalışan Sayısı: 11 (Ağustos 2020)
Çalışma Kapsamı: Uluslararası
Hizmet Dili: Multiple Languages
Ortak Yapısı: %50 Yabancı Sermaye Ortaklığı

Referans Markalarımız



MIND FACTORY

Sosyal Medya Hizmet Kapsamı

ŞİMDİ SİTEMİZİ ZİYARET EDİN VE SOSYAL MEDYA HİZMET KAPSAMI NELER İÇERİR ÖĞRENİN

> Müşterilerimiz ile sıkı bir iletişim ağı oluşturuyoruz ve hedeflenen sonuçlar için, iletişimimizi her zaman güçlü tutuyoruz.

Mindfactory İnternet Bilişim Teknolojileri Organizasyon ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şirketi

Adres: Kavacık Mah. Ekinciler Cad.
No:5 Yıldız Plaza Kat:5 / 34810
Beykoz İstanbul

E-mail: info@mindfactory.com.tr
Web: www.mindfactory.com.tr
Telefon: +90 216 693 12 99