

## İnternet'te Pazarlama

İnternetin normal iletişim kanallarına göre en büyük avantajı çok ucuz olması. Yüksek kiralar ödemedi ve harcamalar yapmadan tüm dünyaya erişebilirsiniz. Web'de pazarlama, sitenize (e-dükkan) gelen müşterilere ürünlerinizin tanıtımını iyi yaparak cezbeder. Ancak, ürün tanıtımı olarak, -çok bilgilendirici bile olsalar- tonlarca yazı içeren sıkıcı dokümanlar ya da -çok güzel bile olsa- görüntülenmesi dakikalar süren büyük hacimli resimler ve standart olmayan web uygulamaları (sadece tek tip browser'da görülebilen sayfalar veya özel plug-in'ler gerektiren animasyon ya da filmler gibi) inanılmaz ki pek kimseyi cezbetmeyecektir.

Önemli bir nokta olarak, ürünlerinizi tanıtmak için 'spam mail' kullanmayın. Yani, ürünleriniz hakkındaki tanıtımları veya beyi e-mail yolu ile, insanlara rastgele göndermeyin. Herkes, posta kutusunda bu tip mailler bulmayı 'rahatsız edici' sayar ve bu hem etik kurallara aykırıdır hem de suçtur. Ayrıca, böyle pazarlama stratejileri firmanızın ciddiyetini sığra indirir. Bunu da düşünmek lazım.

İnternette gerçek zamanlı bir iletişim söz konusu olduğundan, müşteriler sıkılırlarsa, kolayca fare tıklamasıyla dükkanınızdan çıkar gider. e-müşteriler, asla pasif konumda değildir. Bunu unutmayın. Müşteri çekmek, aynı dükkanlarda olduğu gibi, güzel görünen vitrinlerle (web sayfaları) ve de müşteriye sağlayacağınız güvenle olacaktır. Periyodik kampanyalar, promosyonlar da yapabilirsiniz (Unutmayın! Ticaret Yapıyorsunuz, kurallarına göre oynayın.)

Müşterilerinizin, sattığınız ürünlerden ve verdiğiniz servislerden ne kadar tatmin olduğunu kolayca anlamak mümkündür. Web teknolojisi size, ziyaretçileriniz/müşterileriniz konusunda her türlü bilgiyi elde edebileceğiniz imkânlar sunar. Gelen ziyaretçilerin profili (cinsiyet, yaş, yaşadığı yer vb) kolayca çıkartılabilir. Ancak, müşteriler/ziyaretçiler hakkındaki bilgiler, onlara uzun formda doldurarak ya da bu bilgileri onlardan e-posta yoluyla isteyerek olmamalı. Emin olun, ya hiç kimse cevap vermez ya da önemsiz miktarda cevap alırsınız. Bunun yerine, sayfalarınızda periyodik aralıklarla deşiben 2-3 anket sorusu (hatta en iyisi tek bir soru!) sorabilirsiniz. Bunların cevapları da, tabii ki çoktan seçmeli olmalı. Ziyaretçi, 3-4 seçenekten kendine uyanı fareyle 'tık'layıp seçebilmeli. Web'de sörf yaparken, fare ile 'tık'lamak insanların her zaman hoşuna gider ve boşluk doldurmaya (klavye kullanarak bir şeyler, form vb doldurmak) tercih edilir.

Ayrıca (eğer varsa) sitenizin reklamını verdiğiniz yerlerden (reklamı görüp etkilenen ve reklamın üzerini tıklayarak size ulaşan) kaç kişinin geldiğini de tespit edebilirsiniz. Böylece, reklam verdiğiniz yerler konusunda seçme kriterleri oluşur elinizde.

En fazla hangi ürünlere talep olduğu, bir müşterinin dükkanınızda ne kadar süre kaldığı, dükkanınıza girerken kullandıkları bilgisayarın ve web gözeticisinin belli başlı özellikleri gibi birçok bilgiye de erişmek mümkün. Tabii, böyle stratejik bilgiler elde ettikten sonraki adımda, bunları dikkate alan e-dükkan düzenlemeleri yapmak, strateji revizyonlarına gitmek gibi konulara eğilmek gerekir