

ARZUM PAZARLAMA VE ÜRÜN GELİŞTİRMEDE SORUMLU
GENEL MÜDÜR YARDIMCISI **MEHTAP YILDIZ:**

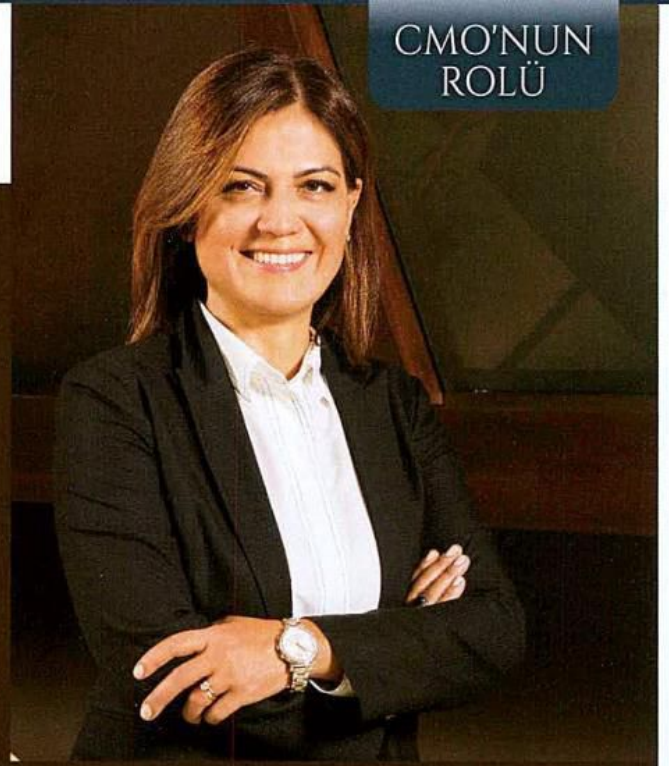
Kullanıcı ile aramızdaki iletişim bağına canlı tutuyoruz

Sosyal medya iletişimimizde, etkileşim performanslarına dikkat ediyoruz. İletişimini yaptığımız her içeriğin mevcuttaki ve yeni kullanıcıların reaksiyonlarını açığa çıkarması, etkide bulunması çok değerli. İletişimimizin performans değerlendirmelerinde de bu veri önceliğimiz oluyor.

Daha iyi olmamız gerektiğini hissettiğimiz zamanlarda, bir sonraki iletişimlerimiz için hızlı aksiyonlar alıyor ve kullanıcı ile aramızdaki iletişim bağına canlı tutmayı amaçlıyoruz. Sosyal medya iletişimimizde öncelikli tavrımız, beklen-

tileri karşılamak oluyor. Tüm ölçümlerimizi bu gözle değerlendiriyor ve etkili iletişimimizin temelini bu sayede oluşturuyoruz. Kampanyanın KPI'larına (Temel Performans Göstergeleri) göre yayınların hedefleri belirleniyor ve bu doğrultu-

da raporlanıyor. Satış odaklı kampanyalarda web sitesindeki dönüşümler, bilinirlik kampanyaları için de erişim ve etkileşim odaklı ilerliyoruz. Kampanyanın görsel dünyası, hedef kitlesi ve içeriğine göre mutlaka uyumlu olmasına dikkat ediyoruz.



PAYNET CMO'SU **SERRA YILMAZ:**

Sektörümüzde fikir önderliği yapıyoruz

Sosyal medya iletişimimizdeki performansımızı ölçerken kriterimiz; nicelik değil, nitelik. Yani, çok fazla kişiye ulaşmak değil, doğru hedef kitleyle kaliteli etkileşimi yakalamak önemli.

Sosyal medya tarafında üzerinde en çok durduğumuz konular; ihtiyaca göre doğru ve kaliteli içerik üretmek, hedef kitlemizle bağ kurmak, etkileşim yaratmak ve müşteri iç görüşü toplamak... Yenilikçi çalışmalarımızla, sektörümüzde fikir önderliği yapıyoruz ve bu konumumuzu destekleyecek iletişim planları hazırlıyoruz. Dijital pazarlama stratejimizde hedef kitlemizin alışveriş alışkanlıkları, markayla etkileşimi, ihtiyaç ve ilgi alanlarıyla ilgili verilerden anlamlı bilgi elde etmeye yoğunlaşıyoruz. Bu bilgiyi hem iletişimlerimizde hem de yeni ürün ve çözüm geliştirme alanlarında etkin bir şekilde kullanıyoruz.



GENSENTA TİCARİ DİREKTÖRÜ
SELİM ÖZYILMAZ:

Hedef kitlemize, çok daha odaklı erişim sağlıyoruz

Sosyal medya, özellikle "kurumsal markalaşma" açısından olmazsa olmaz... Bunu en iyi, yüz yüze ziyaretin oldukça kısıtlandığı pandemi döneminde gözlemledik.

Gensenta olarak, tüm yaygın sosyal medya mecralarında kurumsal hesaplarımızla varız ve bu iletişim araçlarını aktif olarak kullanıyoruz. Tüm şirket çalışanlarımızın paylaşımlarımızı kendi hesaplarından da paylaşmalarıyla, hedef kitlemize çok daha odaklı olarak erişim sağlıyoruz. Amacımız, sadece çok sayıda görüntülenme ya da beğeni almak değil, hedef kitlemize ne kadar ulaşabildiğimizi de ölçümleyebilmek. Bu noktada, özellikle içerik bizim için belirleyici bir faktör. Doğru zamanda, doğru hedef kitleye, doğru ve etkileyici içerikle ulaştığımızda, yansımaları da hedeflediğimiz şekilde, çok başarılı oluyor. Ayrıca sosyal medya, tüm çalışanlar olarak Gensenta markamızla gurur duymamız için bir araç haline geliyor.