



Serdar Sağlam
Dijital Marka Danışmanı

Dijital pazarlama, markaların büyüme stratejilerinde vazgeçilmez bir unsur haline geldi. Ancak hızlı dönüşen bu dünyada hâlâ bazı tabular var ve birçok işletme bu tabular yüzünden gelişim fırsatlarını kaçırıyor.

Dijital Pazarlama Tabuları

En büyük tabulardan biri, “dijital pazarlama sadece sosyal medya demektir” algısı. Oysa ki sosyal medya, dijitalin yalnızca bir parçasıdır. Arama motoru optimizasyonundan e-posta pazarlamasına, içerik stratejisinden programatik reklamlara kadar çok geniş bir ekosistem vardır.

Bir diğer tabu, “dijital pazarlama büyük bütçeler gerektirir” yanılgısıdır. Oysa ki doğru hedefleme ve strateji ile küçük işletmeler bile düşük bütçelerle yüksek dönüşüm sağlayabilir. Burada kritik nokta, bütçeyi doğru kanallara yönlendirebilmek ve performansı sürekli ölçümlemektir.

Hâlâ varlığını sürdüren bir başka tabu, “dijital pazarlama anında sonuç verir” beklentisidir. Dijital kanallar hızlı geri bildirim sunsa da, marka bilinirliği ve müşteri sadakati uzun vadeli yatırımlarla oluşur. Sabır ve istikrarlı iletişim bu sürecin en önemli anahtarlarıdır.

Kobiler arasında sıkça rastlanan bir tabu da, “bizim sektörde dijital işe yaramaz” düşüncesidir. Bugün en geleneksel sektörlerden en yenilikçilerine kadar her alanda dijital pazarlamanın etkili olduğu sayısız örnek vardır. Asıl mesele, işletmenin kendi müşteri kitlesini iyi tanıması ve ona uygun dijital araçları seçmesidir.

Bir başka yanılgı ise, dijital pazarlamanın sadece satışa odaklı bir araç olduğu düşüncesidir. Oysa doğru kullanıldığında dijital, marka hikâyesi anlatmak, güven

oluşturmak ve topluluk yaratmak için de eşsiz fırsatlar sunar. Sadece satış değil, sürdürülebilir ilişkiler kurmak da dijitalin önemli bir boyutudur.

Bir diğer önemli tabu ise, dijital pazarlamanın yalnızca genç kitlelere hitap ettiği inancıdır. Oysa bugün dijital platformlarda her yaş grubuna ulaşmak mümkündür. 50 yaş üstü kullanıcıların artışı, özellikle e-ticaret ve finans sektörlerinde dikkat çekmektedir.

Ayrıca “geleneksel pazarlama dijitalden daha etkilidir” düşüncesi de birçok işletmenin geride kalmasına sebep olur. Gerçekte en etkili yöntem, iki yaklaşımı entegre ederek hibrit bir iletişim stratejisi geliştirmektir. Böylece hem offline hem de online kanalların güçlü yönlerinden aynı anda yararlanmak mümkün olur.

Bir kez reklam verip sonuç almayı beklemek de birçok işletmenin büyümesini engeller. Dijital pazarlama bir kere yapılan değil, sürekli geliştirilen ve optimize edilen bir süreçtir. Düzenli yatırım, sürdürülebilir başarıyı getirir.

Dijital pazarlama tabuları yıkıldığında, kobiler için yepyeni fırsatlar ortaya çıkar. Önemli olan, ön yargıları bir kenara bırakıp veriye dayalı, cesur ve yenilikçi adımlar atabilmektir. İşletmelerin geleceği, dijitali doğru anlamaları ve bu anlayışı iş stratejilerine entegre etmeleriyle şekillenecektir.