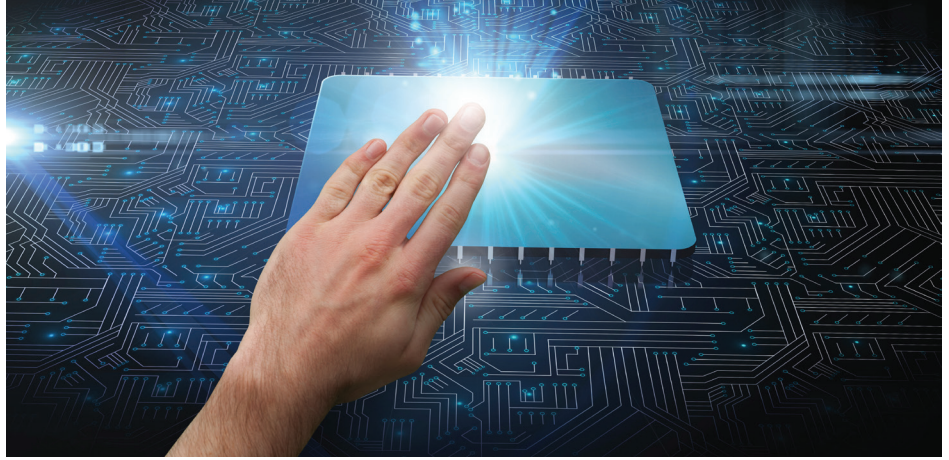




Serdar Sağlam
Dijital Marka Danışmanı

Ödeme sistemlerinden sigortaya, telekomünikasyondan gıdaya kadar tek bir gerçek var: Dijitalleşmeyen, görünmez olur.

Dijital Dönüşümde Sektör Fark Etmiyor, Strateji Farkediyor



KOBİ Aktüel'in bu sayısında dört farklı sektörün dosya haberleri var:

Ödeme sistemleri, telekomünikasyon, gıda ve sigorta. İlk bakışta birbirinden kopuk görünen bu sektörleri danışmanlık süreçlerimde sürekli keşşirken buluyorum. Çünkü hepsinin ortak derdi aynı: Müşteriye doğru zamanda, doğru kanaldan, doğru mesajla ulaşmak.

Sahada gördüğüm tablo çarpıcı:

Bir gıda firması sosyal medyada var ama sipariş altyapısı yok. Bir sigorta acentesi dijital form kullanıyor ama takip sistemi Excel'de. Bir telekom bayisi kampanya yapıyor ama hedef kitleyi tanımıyor. Sonuç? Harcanan bütçe, kaçan müşteri, büyümeyen ciro.

Dijital strateji kurduğumuz işletmelerde sonuçlar kendini hızla gösteriyor:

Doğru hedefleme ile reklam maliyetleri yarıya düşerken, dönüşüm oranları üç katına çıkabiliyor. Geçen ay bir ödeme sistemleri bayisiyle çalıştık; sadece Google Business profilini optimize ederek

aylık başvuru sayısını ikiye katladı. Bir sigorta acentesi, doğru içerik stratejisiyle LinkedIn'den kurumsal müşteri portföyünü genişletti.

Her Sektörün Dijital DNA'sı Farklı

Ödeme sistemlerinde güven ve hız ön planda. Telekomünikasyonda müşteri deneyimi ve sadakat belirleyici. Gıdada görsellik ve erişilebilirlik kritik. Sigortada ise bilgilendirme ve güvenilirlik satışı tetikliyor. Ancak tüm bu farklılıklara rağmen başarının formülü aynı: Sektörünüzü bilen, veriye dayalı çalışan ve sonuç odaklı bir dijital strateji.

2026'da rekabette öne geçmek isteyen KOBİ'ler için mesaj net:

Dijitalleşme artık bir tercih değil, hayatta kalma meselesi. Hangi sektörde olursanız olun, doğru strateji ve uzman desteğiyle bu dönüşümü fırsata çevirebilirsiniz.

Sektörünüze özel dijital pazarlama stratejinizi oluşturmak ve somut sonuçlar almak için harekete geçmenin tam zamanı.