



Serdar Sağlam
Dijital Marka Danışmanı

Franchise sistemiyle büyümek isteyen, ödeme altyapısını dijitalleştiren ve enerji maliyetlerini kontrol altına alan bir işletme düşünün. Her şey yerli yerinde görünüyor. Ama dijitalde kimse sizi tanımıyorsa, bu yatırımların karşılığını tam olarak alamıyorsunuz demektir.

Franchise Al, Ödemeyi Kur, Enerjiyi Düşür. Peki Markayı Kim Yönetiyor?

KobiAktüel'in bu ayki sayısında üç güçlü dosya var: Franchise, Ödeme Sistemleri ve Enerji. Bu üç alan birbirinden farklı gibi görünse de dijital pazarlama penceresinden bakıldığında hepsi aynı noktada buluşuyor: Büyümek isteyen ama büyürken marka değerini koruyamayan KOBİ'ler.

Franchise modeli bugün birçok KOBİ için hızlı büyümenin en cazip yolu. Ama sahada şunu çok görüyorum: Franchise veren marka dijitalde güçlü bir kimlik oluşturamıyorsa, her yeni şube aslında markayı büyütme yerine sulandırıyor. Franchise alan girişimci de kendi başına sosyal medyada farklı bir dil kullanıyor, Google'da tutarsız bilgiler çıkıyor, müşteri yorumları yönetilmiyor. Sonuçta ortada büyüyen bir ağ var ama birbirine benzemeyen, güven vermeyen bir görüntü oluşuyor. Franchise sisteminde dijital marka yönetimi merkezi bir stratejiyle kurulmalı. Her şubenin aynı dili konuşması, aynı görsel kimliği taşıması ve aynı müşteri deneyimini dijitalde de yansıtmaları şart.

Ödeme sistemleri tarafında da benzer bir tablo var. Dijital cüzdanlar, temassız ödemeler, linkle tahsilat... Altyapı muazzam gelişti. Ama birçok işletme bu araçları sadece teknik bir gereklilik olarak görüyor. Oysa ödeme anı, müşterinin markayla kurduğu en kritik temas noktalarından biri. Ödeme sürecinin hızlı, güvenli ve sorunsuz olması müşteri memnuniyetini doğrudan etkiliyor. Bu deneyimi dijital iletişiminizle birleştirdiğinizde, müşteri sadece ödeme yapmıyor, markaya güven duyuyor.



Enerji tarafına gelince, maliyetleri düşürmek her KOBİ'nin önceliği. Güneş paneli kurdunuz, enerji verimliliği sağladınız, maliyetleriniz düştü. Harika. Ama bunu dijitalde anlatıyor musunuz? Sürdürülebilirlik adımlarınızı web sitenizde, sosyal medyada ve kurumsal iletişiminizde paylaşıyor musunuz? Bugün müşteriler ve iş ortakları, çevreci adımlar atan markaları tercih ediyor. Bu hikayeyi doğru anlatmak, hem marka değerinizi hem de müşteri sadakatini artırır.

Sonuç şu: Franchise ile büyüyen, ödeme sistemleriyle hız kazanan, enerjiyle maliyet avantajı elde edin. Ama tüm bunların merkezine dijital marka stratejisini koyun. Çünkü altyapınız ne kadar güçlü olursa olsun, dijitalde görünmüyorsanız, var olmuyorsunuz.