

Yapay Zeka Destekli Pazarlama Yapısı

1. Yönetici Özeti

Pazarlama organizasyonunu **yapay zeka destekli bir operasyon modeline** dönüştürmek için oluşturulan çözüm önerimize aşağıda yer verilmiştir.

Geleneksel modelde;

- içerik üretimi,
- reklam yönetimi,
- müşteri iletişimi,
- fırsat takibi,
- raporlama

birden fazla ekip ve uzman arasında bölünmektedir.

Bu durum;

- yavaş karar alma,
- yüksek operasyon maliyeti,
- bilgi kaybı,
- düşük çeviklik

yaratmaktadır.

Yeni modelde ise insanlar stratejiyi yönetirken, operasyonel süreçler **4 adet yapay zeka ajanı** tarafından yürütülmektedir.

1. AI Kampanya Stratejisti

Pazar verilerini, rakip aktivitelerini ve geçmiş kampanya performanslarını analiz ederek daha etkili kampanyalar, mesajlar ve hedef kitle stratejileri oluşturur.

2. AI İçerik Motoru

Web sitesi, kampanya sayfaları ve reklam içeriklerini üretir ve içerik üretim süreçlerini ölçeklendirir.

3. AI Fırsat Avcısı

WhatsApp, Instagram, web sitesi ve diğer dijital kanallardan gelen talepleri yönetir, müşterileri niteliklendirir ve satış ekibine hazır fırsatlar oluşturur.

4. AI Lead Nurturing Ajansı

Henüz satın alma kararı vermemiş potansiyel müşterilerle iletişimi sürdürür, doğru zamanda tekrar etkileşime geçer ve dönüşüm oranlarını artırır.

2. Çözüm Mimarisi

AI DESTEKLİ PAZARLAMA OPERASYONU

4 AI AJAN + AI İÇGÖRÜ & RAPORLAMA



3. Yapay Zeka Ajanlarının Görevleri

1. AI Kampanya Stratejisti

Amaç: Daha iyi kampanyalar tasarlamak ve reklam performansını artırmak.

- Rakip reklamlarını analiz eder.
- Geçmiş kampanya sonuçlarını analiz eder.
- Hedef kitle önerileri oluşturur.
- Reklam mesajları üretir.
- Kreatif fikirleri geliştirir.
- Landing page önerileri sunar.
- A/B test senaryoları hazırlar.

Çıktıları:

- Google Ads başlıkları ve açıklamaları
- Meta reklam metinleri
- Kreatif fikirleri
- Kampanya yapıları
- Landing page içerikleri

2. AI İçerik Motoru

Amaç: Üst huni içerik üretimini hızlandırmak ve ölçeklendirmek.

- Web sitesi içerikleri üretir.
- Landing page içerikleri oluşturur.
- Blog yazıları hazırlar.
- Facebook içerikleri üretir.
- Instagram içerikleri üretir.
- Reklam kreatif brief'leri oluşturur.
- Video senaryoları hazırlar.

Çıktıları:

- Web sitesi sayfaları
- Blog içerikleri
- Sosyal medya içerikleri
- Video senaryoları
- Kampanya sayfaları

3. Yapay Zeka Ajanlarının Görevleri

3. AI Fırsat Avcısı

Amaç: Lead'leri satış fırsatına dönüştürmek.

- Instagram DM'lerini cevaplar.
- WhatsApp mesajlarını cevaplar.
- Web chat taleplerini yönetir.
- İlk ihtiyaç analizini yapar.
- Lead qualification gerçekleştirir.
- Randevu ve toplantı planlar.
- CRM kayıtlarını oluşturur ve günceller.

Çıktıları:

- Niteliklendirilmiş lead'ler
- Planlanmış görüşmeler
- Güncel CRM kayıtları
- Satış ekibine hazır fırsatlar

4. AI Lead Nurturing Ajansı

Amaç: Henüz satın almaya hazır olmayan lead'leri sıcak tutmak ve tekrar satış sürecine kazandırmak.

- Otomatik takip mesajları gönderir.
- Değerli içerikler paylaşır.
- Kampanya ve fırsatları hatırlatır.
- Segment bazlı iletişim kurar.
- Tekrar etkileşim kampanyaları yürütür.
- Müşterinin davranışına göre iletişimi kişiselleştirir.

Çıktıları:

- Daha yüksek dönüşüm oranı
- Daha düşük lead kaybı
- Daha yüksek müşteri yaşam boyu değeri
- Daha verimli satış süreci

4. Raporlama Katmanı

AI İ      ve Raporlama Katmanı

Amaç: Yönetimin daha hızlı ve daha doğru karar almasını sağlamak.

- Kampanya performanslarını analiz eder.
- Lead kaynaklarını karşılaştırır.
- D  n    m oranlarını   l  er.
- Gelir etkisini analiz eder.
-   neriler ve aksiyon alanları üretir.

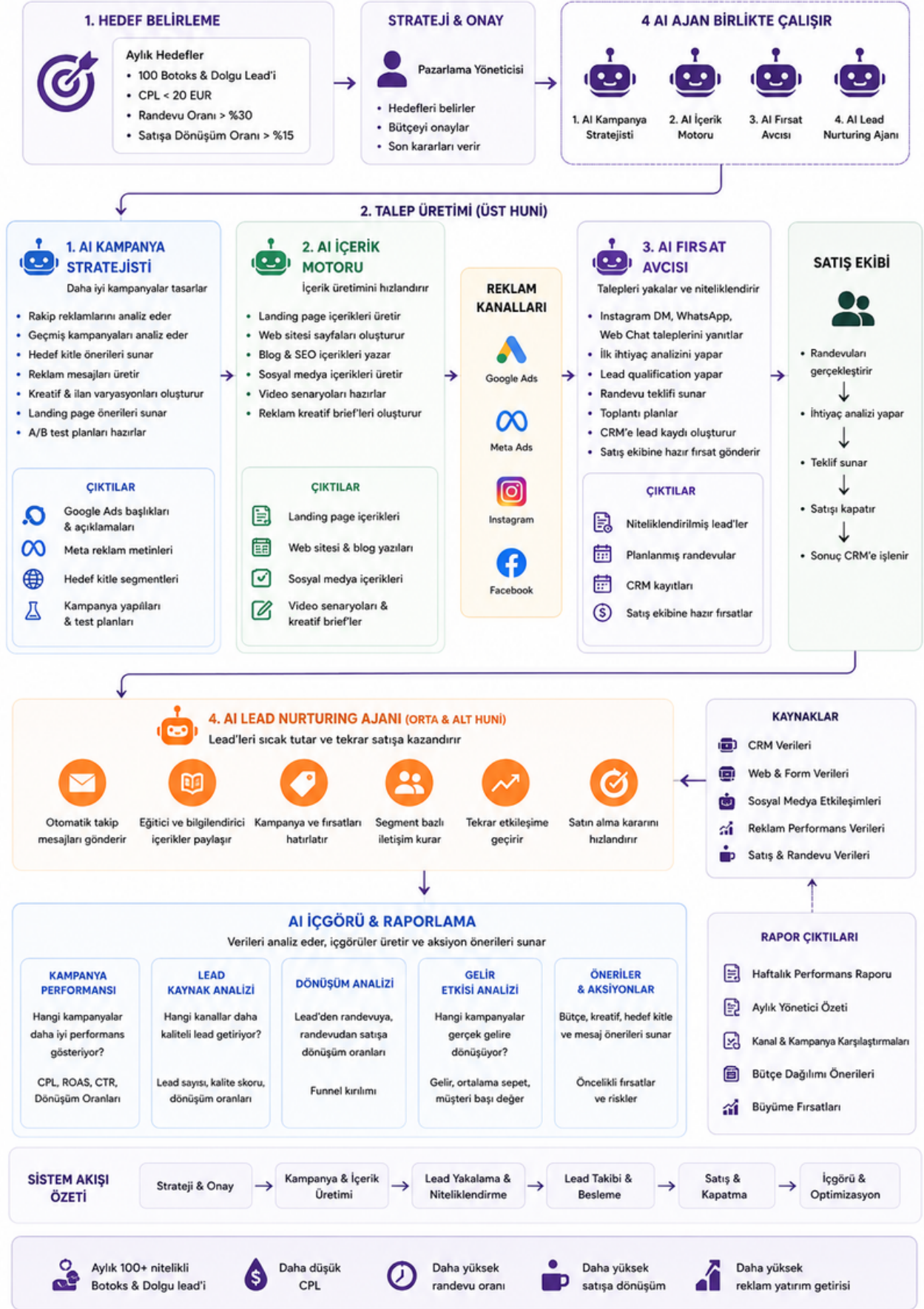
  rnek   ıktılar:

- Hangi kanal daha kaliteli lead getiriyor?
- Hangi kampanya daha yüksek satış üretiyor?
- Hangi mesaj daha iyi d  n    m sağlıyor?
- Gelecek ay bütçe nasıl dağıtılmalı?

Bu katman doğrudan operasyon yürütmez; diğer dört ajanın performansını ölçer ve yönetime i     r   sağlar.

5. Örnek Kapmanyaya Akışı

HEDEF: İZMİR'DEKİ BİR ESTETİK KLİNİĞİ İÇİN AYLIK 100 BOTOKS VE DOLGU LEAD'İ ÜRETMEK



5. Örnek Kapmanya Akışı

Hedef: İzmir'deki estetik kliniği için aylık 100 botoks ve dolgu lead'i üretmek

1. Marketing Owner hedefi belirler
2. Aylık 100 lead, hedef CPL, reklam bütçesi ve öncelikli hizmetler tanımlanır.
3. **AI Kampanya Stratejisti kampanya planını hazırlar**
4. **Rakip reklamları, geçmiş kampanya sonuçları ve hedef kitle analiz edilir. Google Ads ve Meta için reklam mesajları, kreatif fikirleri ve A/B test planları oluşturulur.**
5. **AI İçerik Motoru içerikleri üretir**
6. **Landing page metinleri, sosyal medya içerikleri, reklam metinleri, blog/SEO içerikleri ve video senaryoları hazırlanır.**
7. İnsan kampanyayı onaylar ve yayınlar
8. Performance marketing uzmanı Google Ads ve Meta kampanyalarını elle yayına alır. Bütçe ve kampanya değişiklikleri insan kontrolünde kalır.
9. Prospect reklama tıklar veya DM gönderir
10. Kullanıcı Instagram, Facebook, WhatsApp, web formu veya landing page üzerinden iletişime geçer.
11. **AI Fırsat Avcısı ilk görüşmeyi yapar**
12. **Mesajlara anlık cevap verir, ihtiyacı anlar, hizmet ilgisini belirler ve lead'i niteliklendirir.**
13. **CRM kaydı oluşturulur veya güncellenir**
14. **Lead bilgileri HubSpot'a ve mevcut CRM/operasyonel sisteme aktarılır.**
15. **Randevu veya satış görüşmesi planlanır**
16. **Sıcak lead için satış ekibine görev açılır veya doğrudan randevu planlanır.**
17. **AI Lead Nurturing Ajanı takip eder**
18. **Randevu almayan veya karar vermeyen lead'lere otomatik takip mesajları, bilgilendirici içerikler ve kampanya hatırlatmaları gönderilir.**
19. Satış ekibi kapanışı yapar
20. Satış ekibi yalnızca nitelikli ve sıcak lead'lerle görüşür.
21. **AI İlgörü ve Raporlama analiz eder**
22. **Hangi kanal, kampanya, mesaj ve kreatifin daha kaliteli lead ve satış getirdiği raporlanır.**
23. **Yeni kampanyalar daha iyi veriyle optimize edilir**
24. **AI sonraki kampanya önerilerini gerçek performans verilerine göre iyileştirir.**

6. Zaman Planı

Hafta 1 — Altyapı ve Entegrasyonlar

Amaç

Tüm müşteri temas noktalarını tek veri akışında toplamak.

Kurulacak sistemler

- HubSpot
- Respond.io
- n8n
- OpenAI

Yapılacak entegrasyonlar

- Google Ads → Tracking
- Meta Ads → Tracking
- Website → HubSpot
- Instagram → Respond.io
- Facebook Messenger → Respond.io
- WhatsApp → Respond.io
- Mevcut CRM → HubSpot senkronizasyonu

Çıktı

- Tüm lead'ler tek merkezde görünür.
- CRM senkronizasyonu çalışır.
- Mesajlaşma altyapısı hazırdır.

Hafta 2 — AI Fırsat Avcısı

Amaç

Gelen taleplere anlık dönüş yapmak ve satış ekibini yalnızca kaliteli fırsatlarla beslemek.

Devreye alınacak özellikler

- Instagram DM cevapları
- WhatsApp cevapları
- Web chat cevapları
- Lead qualification
- CRM kayıt oluşturma
- Toplantı ve randevu planlama

6. Zaman Planı

Kullanılan araçlar

- Respond.io
- OpenAI
- HubSpot
- n8n

Çıktı

- İlk temas tamamen otomatik hale gelir.
- Satış ekibi yalnızca sıcak lead'lerle ilgilenir.

Hafta 3 — Kampanya ve İçerik Ajanları

AI Kampanya Stratejisti

- Rakip analizi
- Kampanya önerileri
- Hedef kitle önerileri
- Reklam metni üretimi
- A/B test önerileri

AI İçerik Motoru

- Landing page içerikleri
- Blog içerikleri
- Meta içerikleri
- Reklam kreatif brief'leri
- Video senaryoları

AI Lead Nurturing

- Otomatik takip mesajları
- Kampanya hatırlatmaları
- Yeniden etkileşim akışları

AI İlgörü ve Raporlama

- Kanal performans analizi
- Lead kalite analizi
- Dönüşüm analizi
- ROAS ve gelir etkisi analizi

6. Zaman Planı

Kullanılan araçlar

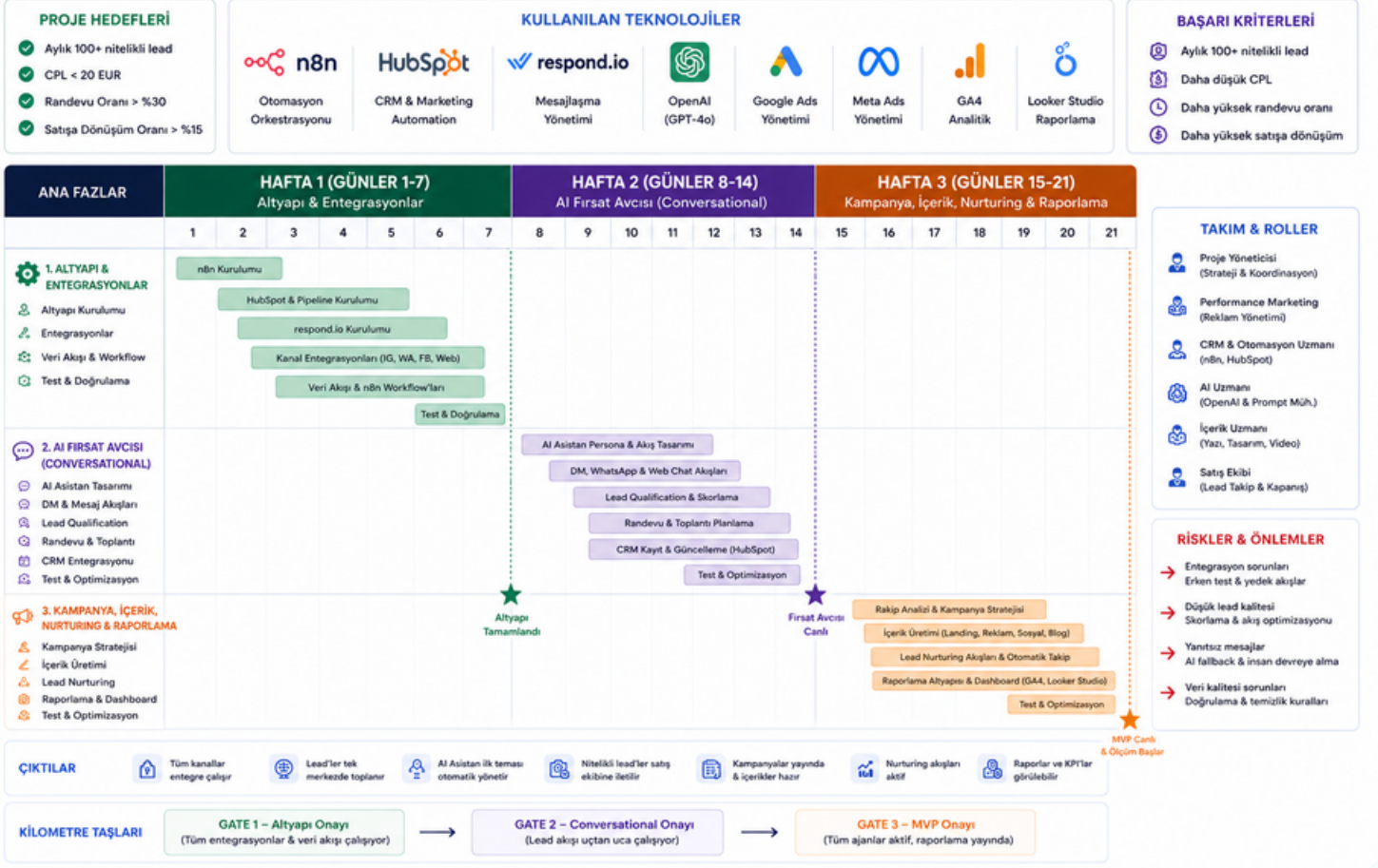
- OpenAI
- HubSpot
- Respond.io
- n8n
- Google Analytics
- Meta Ads raporları

Çıktı

- Kampanya üretimi hızlanır.
- Lead kaybı azalır.
- Yönetim ekibi haftalık içgörü almaya başlar.

6. Zaman Planı

AI DESTEKLİ PAZARLAMA OTOMASYONU – PROJE PLANI & ZAMAN ÇİZELGESİ



7. İşletmeden Beklenenler

Projenin Hayata Geçirilebilmesi İçin İşletmeden Beklenenler

1. Google Reklam Altyapısı

Google Ads Hesabı

Google reklam kampanyalarının yönetilebilmesi, performans verilerinin incelenebilmesi ve gelecekte yapılacak optimizasyon çalışmalarının desteklenebilmesi için Google Ads hesabına yönetici seviyesinde erişim gereklidir.

Google Analytics

Web sitesi ziyaretçilerinin davranışlarının analiz edilmesi, dönüşüm yollarının anlaşılması ve kampanyaların gerçek etkisinin ölçülebilmesi için Google Analytics erişimi gereklidir.

Google Tag Manager

Dönüşüm takibi, form gönderimleri, rezervasyonlar ve diğer kullanıcı davranışlarının ölçülebilmesi için Google Tag Manager üzerinden gerekli etiketlerin yönetilebilmesi gerekir.

2. Meta Reklam ve Sosyal Medya Altyapısı

Meta Business Manager

Facebook ve Instagram reklam hesaplarının merkezi olarak yönetilebilmesi için Meta Business Manager erişimi gereklidir.

Facebook Sayfası

Facebook reklamları, Messenger entegrasyonu ve marka iletişimi için işletmenin resmi Facebook sayfasına erişim sağlanmalıdır.

Instagram Business Hesabı

Instagram reklamları, DM yönetimi ve otomatik müşteri iletişim süreçlerinin kurulabilmesi için işletmenin Instagram Business hesabı gereklidir.

Meta Pixel

Web sitesi ile Meta reklam platformu arasında dönüşüm takibinin kurulabilmesi için Meta Pixel erişimi gereklidir.

7. İşletmeden Beklenenler

3. Mesajlaşma ve Müşteri İletişim Kanalları

WhatsApp Business Numarası

AI Fırsat Avcısı ve Lead Nurturing süreçlerinin çalışabilmesi için işletmenin resmi WhatsApp Business numarasının sisteme bağlanması gerekir.

Instagram DM Erişimi

Instagram üzerinden gelen taleplerin otomatik yönetilebilmesi ve müşteri sorularının cevaplanabilmesi için mesajlaşma erişimi gereklidir.

Facebook Messenger Erişimi

Facebook üzerinden gelen müşteri taleplerinin merkezi olarak yönetilebilmesi için Messenger erişimi sağlanmalıdır.

Web Chat Altyapısı (Opsiyonel)

Web sitesi üzerinden canlı sohbet veya otomatik görüşme süreçleri planlanıyorsa web chat altyapısı veya entegrasyon erişimi gereklidir.

4. CRM ve Operasyonel Sistemler

Mevcut CRM veya Operasyonel Sistem Erişimi

İşletmenin kullandığı mevcut CRM, hasta yönetim sistemi, ERP veya rezervasyon sistemi projeye entegre edilecektir.

Bu sistemler genellikle:

- Hasta Yönetim Sistemi
- ERP
- Rezervasyon Sistemi
- CRM
- Çağrı Merkezi Yazılımı

olabilmektedir.

Amaç mevcut sistemi değiştirmek değil, AI sistemlerinin mevcut müşteri bilgilerini kullanabilmesini sağlamaktır.

API veya Veri Aktarım Yöntemi

Mevcut sistemin API desteği varsa entegrasyon doğrudan API üzerinden yapılabilir. API bulunmayan durumlarda CSV export veya ara veri aktarım yöntemleri kullanılabilir.

7. İşletmeden Beklenenler

Müşteri Veri Modeli

AI ajanlarının müşteriye anlayabilmesi için mevcut veri yapısının açıklanması gerekir.

Örnek alanlar:

- Ad Soyad
- Telefon
- E-posta
- Hizmet tipi
- Randevu durumu
- Satış durumu
- Müşteri segmenti

5. Web Sitesi ve Dijital Varlıklar

Website Yönetim Erişimi

Landing page oluşturulması, içerik güncellemeleri ve form entegrasyonları için web sitesi yönetim erişimi gereklidir.

Form Yönetimi

Lead toplama süreçlerinde kullanılacak formların yapısı ve erişimleri paylaşılmalıdır.

Domain ve DNS Erişimi (Gerekirse)

Tracking, doğrulama veya bazı entegrasyon ihtiyaçları için zaman zaman domain veya DNS erişimi gerekebilir.

6. İşletme Bilgileri ve İş Kuralları

Hizmet ve Ürün Bilgileri

AI sistemlerinin müşterilere doğru bilgi verebilmesi için sunulan hizmetlerin detayları paylaşılmalıdır.

Örneğin:

- Botoks
- Dolgu

7. İşletmeden Beklenenler

Satış Süreci

Lead'in hangi aşamalardan geçeceği ve satış sürecinin nasıl ilerlediği tanımlanmalıdır.

Örneğin:

- Doğrudan randevu verilebilir mi?
- Ön görüşme gerekiyor mu?
- Hangi aşamada satış ekibi devreye girmeli?

Sık Sorulan Sorular

Müşterilerin en sık sorduğu sorular ve standart cevaplar paylaşılmalıdır. Bu bilgiler AI Fırsat Avcısının eğitiminde kullanılacaktır.

Marka Dili ve İletişim Kuralları

AI sisteminin müşterilerle nasıl konuşacağı belirlenmelidir.

Örneğin:

- Resmi mi konuşacak?
- Daha samimi bir ton mu kullanılacak?
- Emoji kullanılacak mı?
- Kullanılmaması gereken ifadeler var mı?

İnsan Eskalasyon Kuralları

Hangi durumlarda AI görüşmeyi insan ekibe devredecek açık şekilde tanımlanmalıdır.

Örnek durumlar:

- Şikayetler
- Tıbbi sorular
- Fiyat itirazları
- VIP müşteriler
- Satın alma niyeti çok yüksek müşteriler

7. İşletmeden Beklenenler

7. Ticari Hedefler ve Başarı Kriterleri

Sistemin neyi optimize edeceğini anlayabilmesi için ticari hedeflerin net olarak tanımlanması gerekir.

Örnek hedefler:

- Aylık lead hedefi
- Hedef CPL
- Hedef dönüşüm oranı
- Aylık reklam bütçesi
- Öncelikli hizmetler veya ürünler

Bu hedefler AI sistemlerinin önerilerini ve optimizasyonlarını yönlendirecektir.

8. Maliyet

Kurulum ve İşletme Maliyetleri

Bu tahminler, mevcut pazarlama ekibine sahip olan ve yalnızca AI destekli yeni operasyon katmanını devreye almak isteyen işletmeler için hazırlanmıştır.

Pazarlama ekibi, satış ekibi ve içerik ekibi maliyetleri bu hesaplamaya dahil edilmemiştir.

İlk Kurulum Maliyeti (Tek Seferlik)

Altyapı Kurulumu ve Entegrasyonlar

Kapsam:

- HubSpot kurulumu
- Respond.io kurulumu
- n8n kurulumu
- OpenAI entegrasyonu
- CRM entegrasyonu
- Website entegrasyonu
- Google Analytics kurulumu
- Google Tag Manager kurulumu
- Meta Pixel kurulumu
- Kanal entegrasyonları
- Workflow geliştirmeleri
- AI ajanlarının yapılandırılması
- Prompt geliştirmeleri
- Test ve canlıya alma

Tahmini maliyet:

5.000 EUR – 12.000 EUR

8. Maliyet

Aylık İşletme Maliyeti

OpenAI API Kullanımı

Kapsam:

- DM cevapları
- Lead qualification
- İçerik üretimi
- Kampanya önerileri
- Raporlama

Tahmini maliyet:

100 – 500 EUR / ay

HubSpot

Önerilen başlangıç paketi:

- Starter veya Professional

Tahmini maliyet:

20 – 100 EUR / ay

Respond.io

Kapsam:

- WhatsApp
- Instagram
- Facebook Messenger
- Web Chat

Tahmini maliyet:

80 – 250 EUR / ay

n8n

Bulut versiyonu:

20 – 60 EUR / ay

Self-hosted tercih edilirse altyapı maliyeti daha düşük olabilir.

8. Maliyet

Sunucu ve Altyapı

n8n, entegrasyonlar ve özel servisler için.

Tahmini maliyet:

20 - 100 EUR / ay

Toplam Aylık Platform Maliyeti

Kalem Aylık Tahmini Maliyet

OpenAI

100 - 500 EUR

HubSpot

20 - 100 EUR

Respond.io

80 - 250 EUR

n8n

20 - 60 EUR

Sunucu Altyapısı

20 - 100 EUR

Toplam

240 - 1.010 EUR / ay

Bu Maliyetlere Dahil Olanlar

- AI ajanlarının çalışması
- DM cevaplama
- Lead qualification
- Otomatik takip süreçleri
- İçerik üretimi
- Kampanya önerileri
- Yönetim raporları
- Workflow çalıştırmaları
- CRM entegrasyonları

8. Maliyet

Bu Maliyetlere Dahil Olmayanlar

- Google Ads reklam bütçesi
- Meta reklam bütçesi
- Mevcut pazarlama ekibi maliyetleri
- Satış ekibi maliyetleri
- Yeni içerik prodüksiyonu çekimleri
- Özel yazılım geliştirme projeleri

Yönetici Özeti

Bu yapı ile işletme:

- yeni personel almadan,
- mevcut pazarlama ekibini koruyarak,
- pazarlama operasyonunu önemli ölçüde otomatikleştirebilir.

Tipik olarak:

- daha hızlı kampanya üretimi,
- daha hızlı lead dönüşü,
- daha düşük operasyon yükü,
- daha yüksek reklam yatırım getirisi

elde edilmesi beklenir.

İlk çalışan versiyonun kurulumu genellikle 2-3 hafta, toplam yatırım maliyeti ise yaklaşık 5.000 - 12.000 EUR kurulum + 400 - 700 EUR aylık platform maliyeti seviyesindedir.

9. Ekip

Gerekli Yetkinlikler ve Profiller

1. AI Otomasyon ve Entegrasyon Uzmanı
Sistemin teknik omurgasını kurar.

Yetkinlikler:

- n8n
- HubSpot
- Respond.io
- OpenAI
- API ve entegrasyonlar
- Workflow tasarımı

Tipik Profil:

- AI Automation Specialist
- Revenue Operations Engineer
- Solutions Architect

2. Performance Marketing Uzmanı

Reklam operasyonlarını yönetir.

Yetkinlikler:

- Google Ads
- Meta Ads
- Google Analytics
- Tag Manager
- Conversion Tracking

Tipik Profil:

- Performance Marketing Specialist
- Growth Marketing Manager

9. Ekip

3. CRM ve Müşteri Yolculuğu Uzmanı

Lead süreçlerini ve otomasyonları tasarlar.

Yetkinlikler:

- HubSpot
- CRM yönetimi
- Lead scoring
- Funnel ve customer journey tasarımı

Tipik Profil:

- CRM Specialist
- Revenue Operations Specialist

4. Marketing Owner

İş hedeflerini ve öncelikleri belirler.

Yetkinlikler:

- Ticari bakış açısı
- Karar verme yetkisi
- Pazarlama stratejisi

Tipik Profil:

- CMO
- Pazarlama Direktörü
- İşletme Sahibi

Minimum Çalışan Ekip

- 1 AI Otomasyon ve Entegrasyon Uzmanı
- 1 Performance Marketing Uzmanı
- 1 Marketing Owner