

Bu Ramazan **Meta** ile tanışın



İşletmenizin, Ramazan ve Ramazan Bayramı sırasında Meta teknolojileri ile büyümesine yardımcı olacak bir rehber.

META İLE TANIŞIN: RAMAZAN 2023

Ramazan neredeyse **iki milyar** kişi tarafından takip edilen küresel bir etkinliktir.

Özünde birliktelik, bağlantı ve topluluk zamanıdır.

13,4 milyon **%91**

Instagram'da birliktelik, bağlantı ve topluluk hakkındaki etkileşimlerin sayısı.¹

Kullanıcılardan, Facebook ve Instagram'da topluluk ve birlikteliği öne çıkaran içerikler görmeyi sevenlerin oranı.

Meta teknolojileri, Ramazan ve Ramazan Bayramı sırasında kurulacak anlamlı bağlantıların merkezidir.

%66

Alışveriş yapan veya takip edenlerden, 2022'de Meta teknolojilerinde çevrimiçi videolar izleyenlerin oranı.

%64

Alışveriş yapan veya takip edenlerden, Meta teknolojilerindeki kişiselleştirilmiş reklamlardan alışveriş yapanların oranı.

7/10

Ramazan ve Ramazan Bayramı sırasında Meta tarafından sunulan anlık mesajlaşma hizmetlerini kullananların oranı.

Bu dönem işletmeler için, tüketici yolculuklarının tamamında hedef kitlelere erişmek ve ilgilerini çekmek için değerli bir fırsat sunar.

Marka hikaye anlatımı

Alışveriş yapan veya takip edenlerin %58'i, Facebook veya Instagram'da Ramazan ve Ramazan Bayramı içerikleri gördükten sonra markaya daha bağlı hissettiğini söyledi.

Keşif Ticareti

Alışveriş yapan veya takip edenlerin %71'i, kişiselleştirilmiş ürün ve hediye önerileri ile Ramazan alışverişlerini tamamlamalarının daha kolay olduğunu kabul ediyor.

İşletmelerle mesajlaşma

Alışveriş yapan veya takip edenlerin %66'sı, Ramazan'da ve Ramazan Bayramı'nda hızlı mesajlaşma yoluyla markaya daha bağlı olduğunu hissediyor.

Marka hikaye anlatımı ile bağlantıları ortaya çıkarma.

Giderek daha bağlantılı bir dünya, Ramazan ve Ramazan Bayramı sırasında markayı güçlendirmek için yeni kurallar oluşturuyor.



İSTATİSTİK 1

Video, bilinirlik ve değerlendirmeyi artırmaya yardımcı olan güçlü bir marka hikaye anlatımı aracıdır.

Alışveriş yapan veya takip edenlerin %65'i, Ramazan'da ve Ramazan Bayramı'nda video içerikleri izleyerek daha fazla zaman geçiriyor.

Tavsiyeler

Farklı işletme hedeflerine ulaşmaya yardımcı olması için Meta teknolojilerinde sunulan çeşitli video formatlarını keşfedin.

Reels ve Facebook yayın içi video reklamları ile sonuçlarınızı en üst düzeye çıkarın.

Videonun işletmeniz için yapabilecekleri hakkında daha fazla bilgi almaya hazır mısınız? Video reklamı çözüm merkezimizi buradan ziyaret edin.



İSTATİSTİK 2

İçerik üreticiler yeni hedef kitlelere erişmek ve ilham vermek için güvenilir bir geçittir.

Alışveriş yapan veya takip edenlerin %59'unun, Ramazan'da ve Ramazan Bayramı'nda güvenilir bir içerik üreticisiyle ortaklık yapan bir markaya güvenme olasılığı daha yüksektir.

Tavsiyeler

Değerlerinize uygun ve markanızın ya da ürünlerinizin değerini anlayan içerik üreticiler ile ortaklık yapın.

İşbirliklerinizin ölçüğünü yeni hedef kitlelere genişletmeye yardımcı olması için markalı içerik reklamlarından yararlanın.

Ücretsiz indirilebilir rehberimizde, içerik üreticilerle etkili bir biçimde işbirliği yapmak için en iyi uygulamalarımızı keşfedin.



İSTATİSTİK 3

Artırılmış gerçeklik markanızı kutlamanın merkezine yerleştirir.

AR kullanmış veya bu fikre açık olup **alışveriş yapan veya takip edenlerin %83'ü** AR'ın alışveriş kararları üzerinde etkisi olduğunu kabul ediyor.

Tavsiyeler

Dönem boyunca tüketici duygularına uygun bir AR efekti oluşturmayı düşünün.

Artırılmış gerçeklik reklamları ile AR efektinizin daha fazla benimsenmesini sağlayın.

Güzellik ürünleri perakendecisi Sephora'nın geçtiğimiz Ramazan Suudi Arabistan'da marka bilinirliğini artırmak için artırılmış gerçeklik reklamlarını nasıl kullandığını öğrenin.

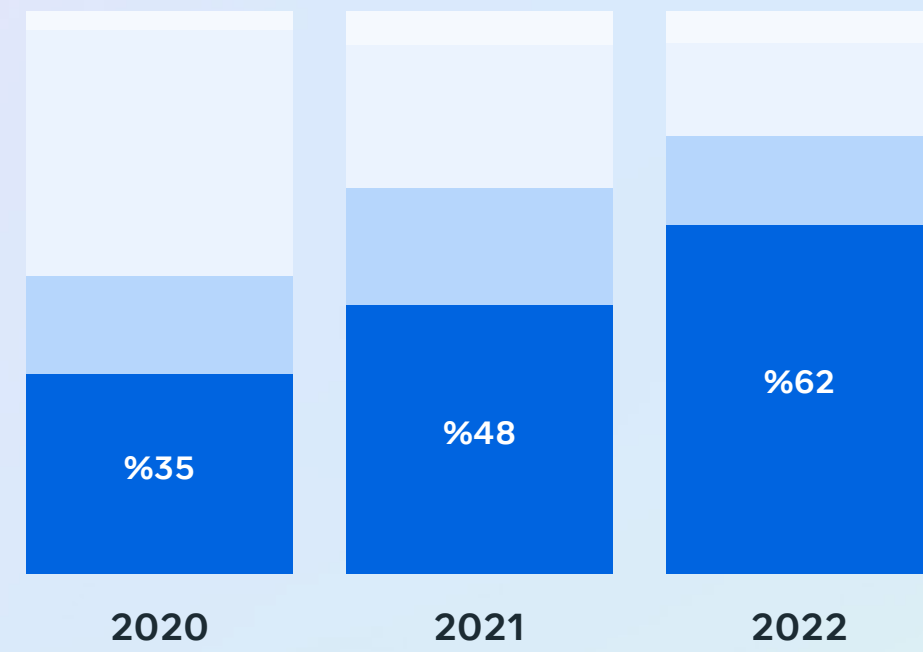


Keşif Ticareti ile bağlantıları kişiselleştirme.

Ramazan, alışveriş yapan veya takip eden kişilerin çoğunun yıldan yıla daha fazla harcama yaptığı önemli bir ticaret etkinliğidir.

Geçtiğimiz yıla kıyasla Ramazan'da ve Ramazan Bayramı'nda toplam harcama.

■ Daha Fazla ■ Aynı ■ Daha Az ■ Bilmiyorum



Ancak, insanların **beşte dördü** bu Ramazan ve Ramazan Bayramı için finansal olarak önceden plan yapmanın her zamankinden daha önemli olduğuna inanıyor.

Ticaret için kişiselleştirmenin gücü.

Meta'nın yapay zeka destekli makine öğrenimi geniş ölçekte kişiselleştirme sağlar.

%64

Alışveriş yapan veya takip edenlerden, Meta teknolojilerindeki kişiselleştirilmiş reklamlardan alışveriş yapanların oranı.

2/3

Alışveriş yapan veya takip edenlerden, Meta teknolojilerinde sunulan kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimlerinden keyif alanların oranı.

Tavsiyeler

Daha düşük ücretle daha fazla internetten satış elde etmeye yardımcı olması için Advantage+ alışveriş kampanyalarını kullanın.

Instagram'da ürün etiketleri içeren reklamlar kullanarak kolaylaştırılmış bir alışveriş yolu oluşturun.

Keşif Ticareti ile işletmenizin ölçeğini büyütme nasıl yardımcı olacağınız hakkında daha fazla bilgi alın.

İşletmelerle mesajlaşma

yoluyla bağlantıları güçlendirme.

7/10

Ramazan ve Ramazan Bayramı sırasında Meta tarafından sunulan anlık mesajlaşma hizmetlerini kullananların oranı.

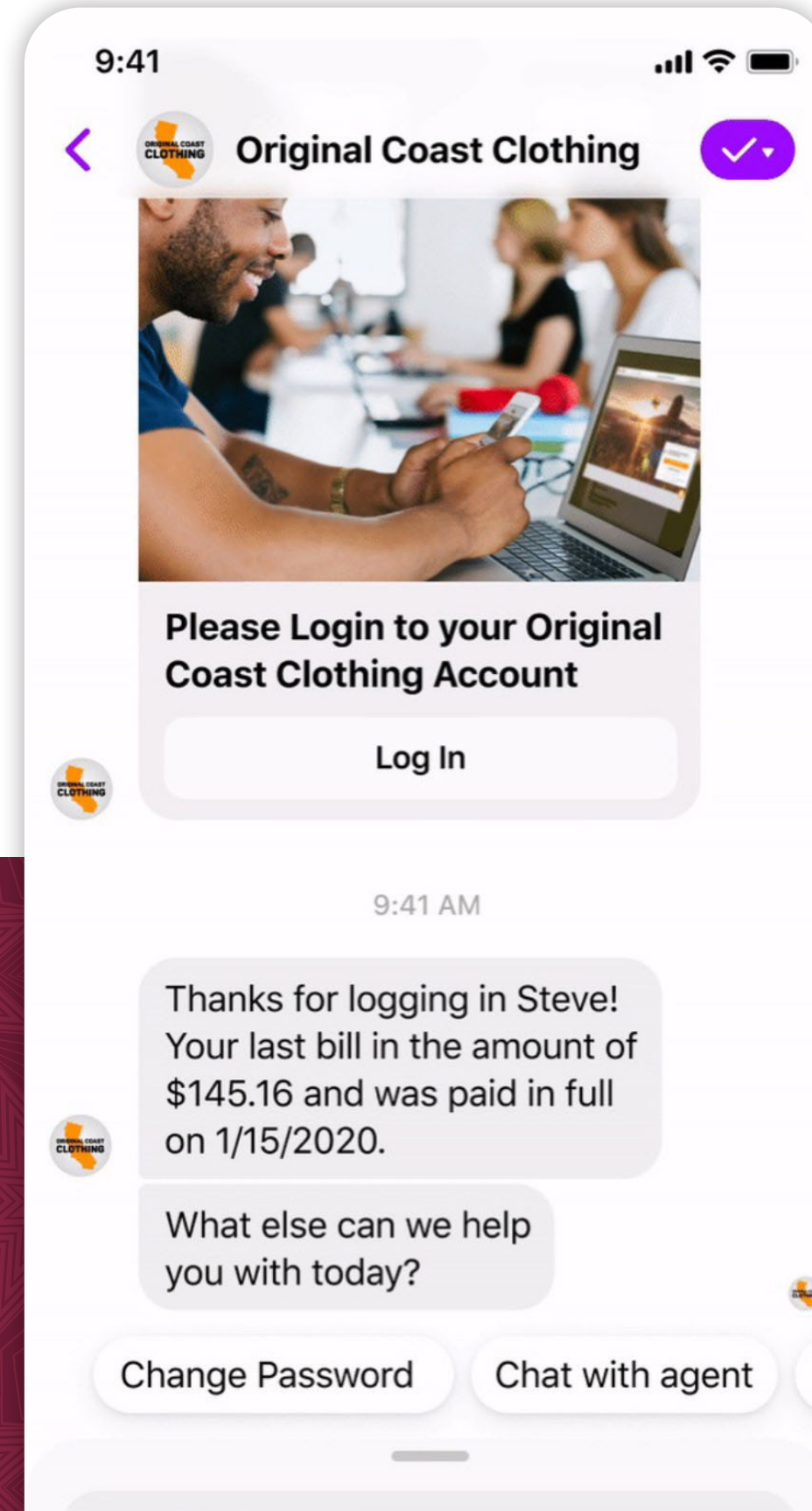
%65

E-posta veya telefon kullanmak yerine işletmelerle mesajlaşmayı tercih edenlerin oranı.²

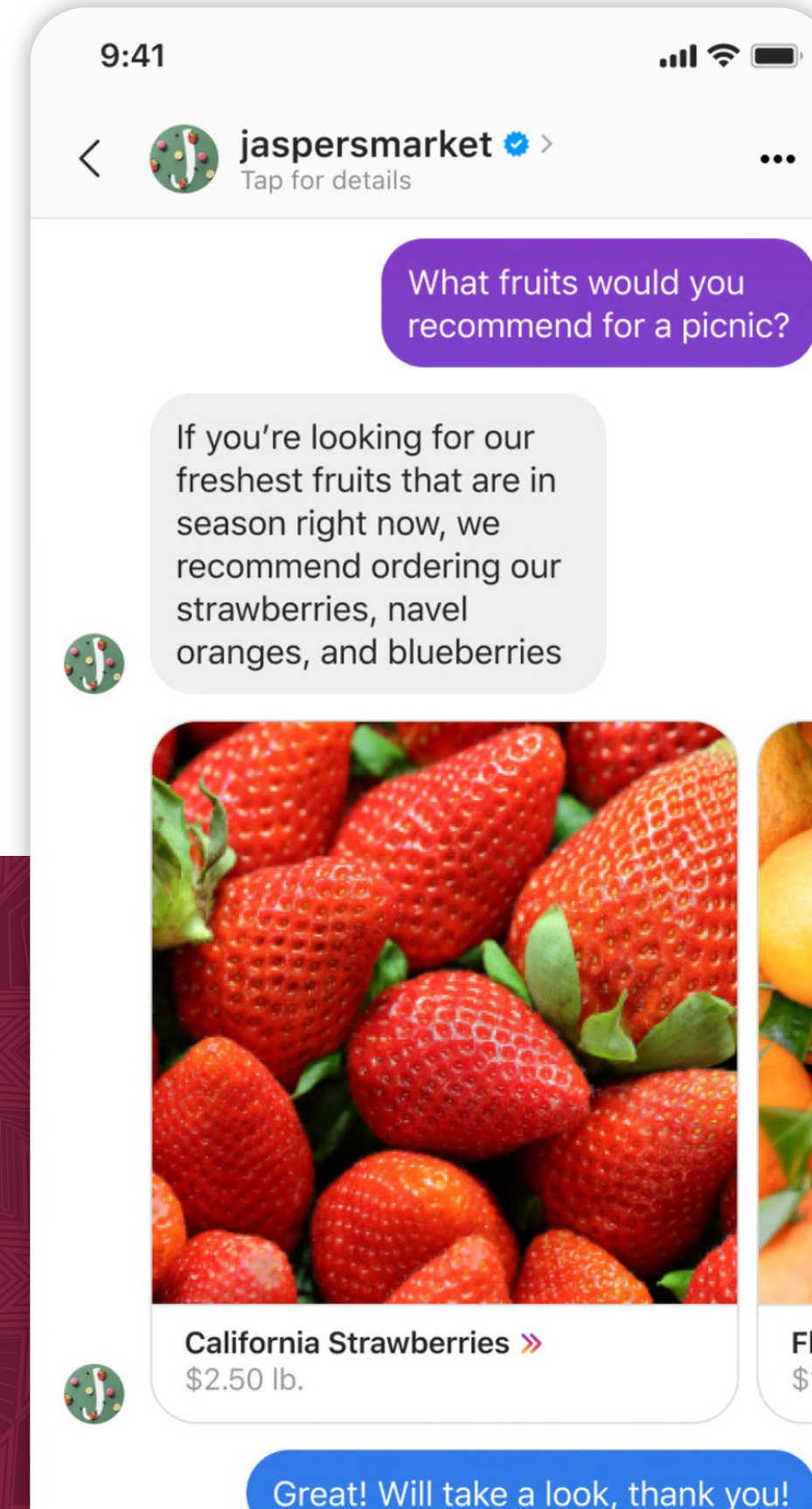
Müşterilerinizle daha güçlü bağlantıları ortaya çıkarmak için Meta'nın mesajlaşma teknolojilerini keşfedin.



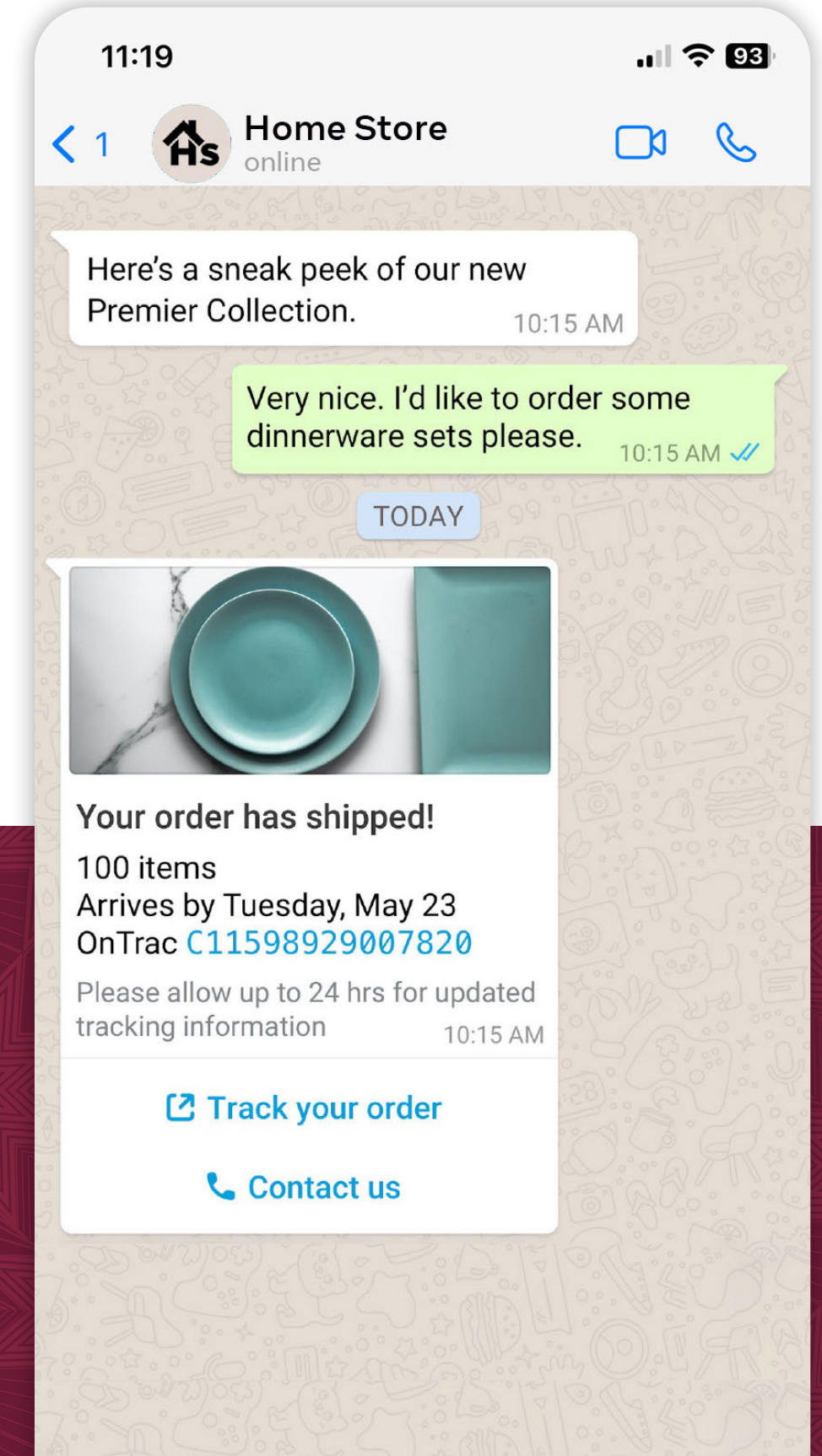
Facebook ile doğrudan bağlantılı olması, ilişkiler kurmayı kolaylaştırır ve kişiye özel hale getirir.



İnsanların sevdikleri kişiler, markalar ve şeylerle bağlantı kurdukları yer.

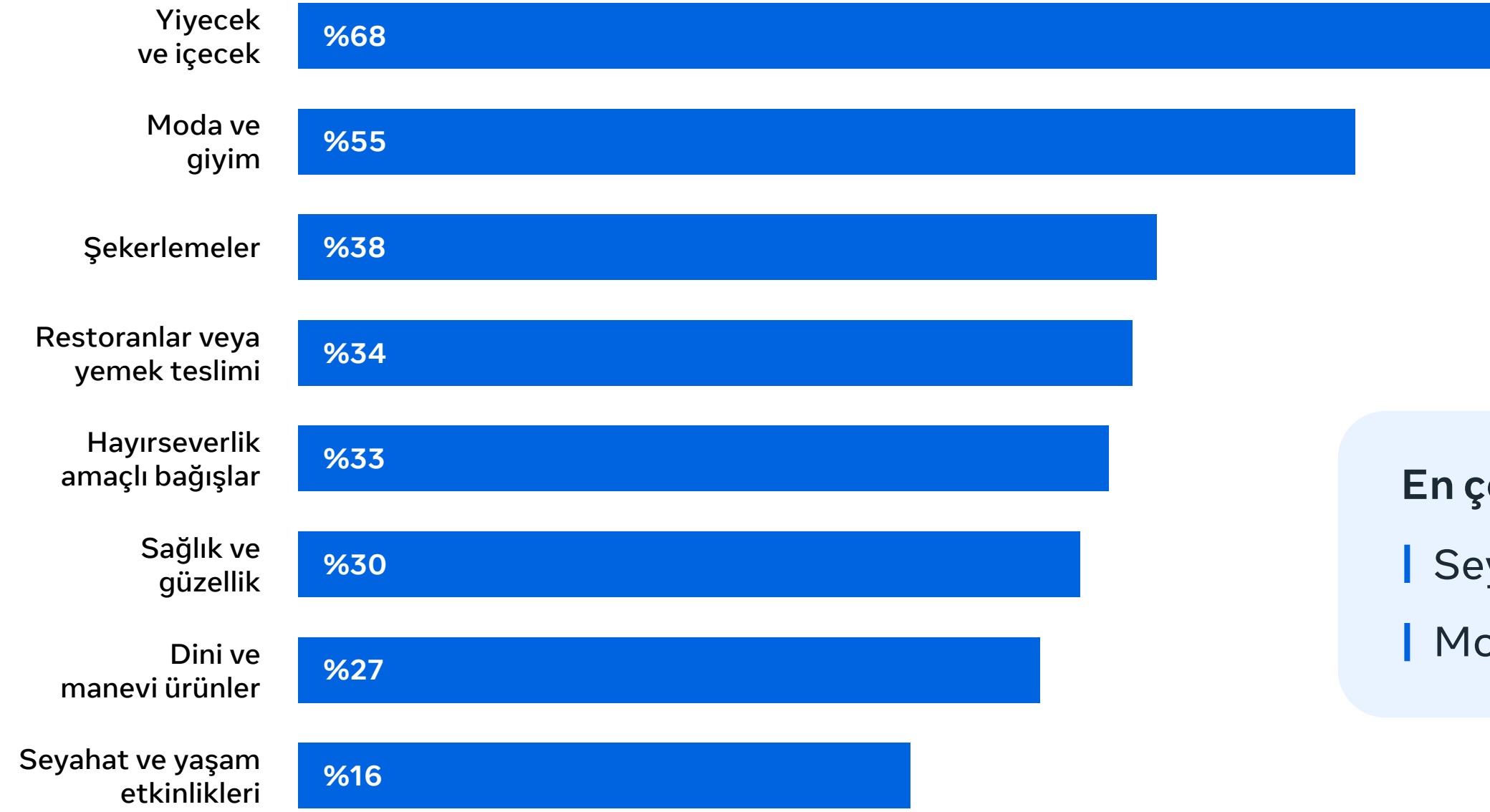


İnsanlara işletmeleri keşfetme, işletmelerle iletişim kurma ve işletmelerden alışveriş yapma olanağı sunar.



Ramazan tüketicisi istatistikleri: **En popüler** **ticaret** kategorileri.

Ankete katılan alışveriş yapan veya takip edenlerden,
2022'de kategori başına bir alışveriş yapanların yüzdesi.



En çok büyüyen kategoriler:

- | Seyahat
- | Moda ve giyim



Ramazan tüketicisi istatistikleri: **Ticaret planlama** zaman aralıkları.

İnsanların Ramazan ve Ramazan Bayramı alışverişlerini planlamaya başlama zamanları:

%60

Ramazan
Öncesi

- %52** Deneyimler
- %50** Özel tasarım ürünler
- %48** Dini ürünler
- %48** Ev ve bahçe
- %48** Ev aletleri

%25

Ramazan ve Ramazan
Bayramı sırasında

- %47** Moda ve giyim
- %46** Hayırseverlik amaçlı
bağışlar

%16

Devamlı: Ramazan ve Ramazan
Bayramı öncesinde ve sırasında

- %34** Restoranlar veya yemek
teslimi
- %27** Yiyecek ve içecek
- %26** Şekerlemeler
- %25** Finansal hizmetler

Alışveriş yapan veya takip edenlerden, her zaman aralığında kategori başına bir alışveriş yapmayı planlayanların yüzdesi.

*Zaman aralığına göre eklenen kategoriler, diğer zaman aralıklarına göre önemli bir çoğunluğa sahipti.



Aksi belirtilmediği sürece tüm kaynaklar: "Meta Ramazan Dönemi Çalışması", YouGov (Meta tarafından yaptırılan, 9 pazarda 18 yaş üstü 13.232 kişinin katıldığı çevrimiçi çalışma: Birleşik Arap Emirlikleri, Bangladeş, Mısır, Endonezya, Malezya, Nijerya, Pakistan, Suudi Arabistan, Türkiye). Pazar başına en az N=1500, Mayıs 2022. Ramazan alışverişi yapan veya Ramazan'ı takip eden katılımcılara dayalı analiz.

1. Crowdtangle, 27 Mart - 7 Mayıs 2022 aralığında dünya çapında Instagram sayfası etkileşimleri.
2. Meta "Konuşmalar" etkinliği dahili verileri; Mayıs 2022.