YAPAY ZEKÂ ANLATIR, VERİ KARAR VERİR

Daha fazla gösterge paneline değil, önce neyi düzelteceğinizi bilmeye ihtiyacınız var.

KPIHelm bir mağazanın reklam platformlarını ve Shopify rakamlarını okur, ardından öncelik sırasına göre bir teşhis sunar: sorun ne, neye mal oluyor ve ne yapılmalı. Kendi mağazanız da olsa müşterinizin mağazası da olsa, sade bir dille.

Meta · Google · TikTok | Sektör kıyasları | Çok mağazalı panel | Günlük takip | Takip scripti yok

ÖNERİLER NEDEN GÜVENİLİR

KPI'larınız doğrudan yapay zekâya gitmez.

Her şeyden önce okumaya değer bölüm bu, çünkü çıktının arkasında durabilmenizi sağlayan şey bu. Teşhisi kural tabanlı bir motor koyar. Yapay zekânın yapabildiği tek şey onu yazıya dökmektir.

1 · GİRDİ

Mağazanın gerçek rakamları

Bağlı platformlardan çekilen harcama, gösterim, tıklama ve ciro. Platform bağlanamıyorsa elle de girilebilir.

↓

2 · KURAL TABANLI MOTOR

Yorumlanmaz, etiketlenir

Motor rakamları mağazanın sektörüyle karşılaştırarak puanlar ve tespit ettiği sorunları, her birinin güven düzeyiyle birlikte öncelik sırasına dizer.

↓

3 · ANLATIM

Sade bir dille yazılır

Yapay zekâ ham KPI'ları değil, yalnızca etiketlenmiş sorunları alır; açıklamayı ve eylem planını bunlara göre yazar.

Neyin yanlış olduğuna yapay zekâ karar vermez. Teşhis uyduramaz, önceliği değiştiremez, motorun hesaplamadığı bir sayı üretemez. Aynı rakamlarla iki kez çalıştırırsanız aynı sonucu alırsınız. Müşterinize savunabileceğiniz bir öneriyle önce kontrol etmeniz gereken bir çıktı arasındaki fark budur.

MAĞAZA NE ALIR

Dört ekran, arkalarında tek motor.

RAPOR

Öncelik sıralı teşhis

Performansı neyin zayıflattığını sırayla, her bulgu için risk altındaki ciroyu ve bu haftadan gelecek çeyreğe uzanan bir planı gösterir.

Platforma göre: TikTok'taki bir sorun genel ortalamaya göre değil, TikTok'un kendi ölçülerine göre değerlendirilir.

PERFORMANS

Her KPI kendi kıyasıyla

Dönüşüm, ROAS, tıklama oranı (CTR), ortalama sipariş tutarı (AOV) ve diğerleri zaman içinde takip edilir, mağazanın kendi sektörüyle karşılaştırılır. Böylece "%2,1 iyi mi?" sorusunun bir yanıtı olur.

Kıyaslar sektöre ve platforma göredir; grafik hangisini kullandığını söyler.

GROWTH SIGNAL

Tekrar tekrar karşınıza çıkan sorun

Mağazanın birkaç raporu olduktan sonra KPIHelm her birini yeni bir sorun gibi ele almayı bırakır ve altlarında tekrar eden asıl sorunu adıyla söyler.

"Dönüşüm düşük" diyen beş rapor aynı cümlenin tekrarıdır; bu bölüm bunun gerçekte ne anlama geldiğini söyler.

KÂRLILIK

Satış yapmaya değdi mi

Ürün maliyetini, ücretleri ve sabit giderleri eklediğinizde rapor yalnız ciroyu konuşmayı bırakır: sipariş başına marj, başa baş ROAS'ı ve sonucu değiştiren fiyat noktası. Rapor almadan da bakabilirsiniz: Price Check fiyatı belirlemeden önce, Period Profit ay kapandıktan sonra söyler.

Formülle değil, düz parayla anlatılır; müşteriniz sözlüğe bakmadan okuyabilir.



SUYLA: PROAKTİF KATMAN

Sizin sormanızı beklemez. Raporu yazar ve size ulaştırır.

Söyleyecek bir şeyi olmayan bir gösterge panelini kontrol etmek için kimse giriş yapmaz. Bu yüzden kontrolü SUYLA yapar. Her sabah bağlı her platformda analizi çalıştırır ve bulduğunu yazar: teşhis, arkasındaki kanıt ve yapılması gereken. Her hafta her platformun son 7 günü için yapay zekâ ile tam bir değerlendirme yazar. Üç platformda reklam veriyorsanız bu, ayda on iki yazılı değerlendirme eder ve hiçbiri için bir düğmeye basmanız gerekmez.

Panelde İşaretlenenlerin akışı, en yenisi üstte; her zaman açık.

E-postayla Seçtiğiniz adrese bir özet, isterseniz ikinci bir adrese de; böylece ajans da mağaza sahibiyle aynı şeyi okur.

Telefonda Doğrudan cihaza bildirim. KPIHelm ana ekrana uygulama gibi eklenir.

Kontrol sizde Takip edilmesini istemediğiniz platformu sessize alabilir, ilgilendiğiniz kartı bir kenara kaldırabilirsiniz.

Burada sunulan şey **fark etme süresi**; yani bir kampanyanın bütçe kaybettirmeye başlamasıyla birinin bunu fark etmesi arasındaki süre. Rapor siz sorduğunuzda yanıt verir. SUYLA ise siz aklınıza getirmeden yazmış olur.



SUYLA görür. TASHLA iz bırakır.

Biri takip eder ve konuşur. Diğeri sonra gelecek kişiye bırakılan nottur. Sohbet yok, yalnızca görüldü bilgisi.

Yazışma değil, not

Bir mağazaya birkaç satır bırakın: ekibiniz için ya da notu kendi Shopify uygulamasında okuyacak müşteriniz için. Tashla bir pano, gelen kutusu değil: not görüldüğünde kalkar, süresi dolunca kendiliğinden silinir.

AJANSLAR İÇİN

Yönettiğiniz bütün mağazalar için tek sabah görünümü.

Web paneli, mağazanın size değil müşterinize ait olduğu durum için tasarlandı. Müşteriniz erişimi kendi Shopify uygulamasından verir; her mağazanın ayarları, kıyasları ve geçmişi kendine aittir.

Tek liste

Otuz yönetim paneli açmak yerine, bütün müşteri mağazaları tek portföyde ve her birinin en yeni bulgusuyla.

Alınmaz, verilir

Müşteriniz ajans kodunuzu kendi Shopify uygulamasına girer ve aynı kolaylıkla geri çekebilir. Ayarlar onun tarafında kalır; böylece Shopify uygulaması ile web paneli, bir raporun nasıl üretildiği konusunda ayrışmaz.

Bütün ekibiniz

İş arkadaşlarınızı e-postayla davet edin. Tek bir mağazaya değil ajans hesabına katılırlar; böylece portföy tek bir kişinin girişine bağlı kalmaz.

PRATİK BİLGİLER

Maliyeti ne, nasıl başlanır.

Growth 2×4

$19.99

aylık · en fazla 8 rapor

Growth 4×4

$29.99

aylık · en fazla 16 rapor

SUYLA: her zaman açık

$49.99

15 gün ücretsiz deneme

01 Shopify App Store'dan kurun: mağazanın kendi yönetim panelinde tek tıkla. İlk rapor ücretsiz.

02 Meta, Google ya da TikTok'u bağlayın. Bağlantısı olmayan bir mağaza da elle girilen rakamlarla rapor alabilir.

03 Müşteriniz için mi kullanıyorsunuz? Ajans kodunuzu aynı yönetim paneline girer, mağaza panelinizde görünür. Ayrıntısı "Ajanslar için" bölümünde.

Her mağazanın kendi aboneliği vardır ve mağaza sahibi bunu Shopify üzerinden öder; ajans olarak kart toplamaz, ayrı sözleşme imzalamazsınız. Hiçbir mağazaya takip scripti eklenmez, hiçbir mağazanın verisi bir başkasına gösterilmez; kıyaslar toplu ve anonimdir.