BIG DATA ve PAZARLAMA

Veri, bilgisayar tarafından çeşitli şekillerde gerçekleştirilen, saklanan bilgileri ve kaydedilen işlemleri ifade eder. Büyük veri, aynı verinin çok büyük miktarlarda ve sayılarda mevcut olması olarak anlaşılabilir. Bu, sağlanan bilgilerden ve hem insanlardan hem de cihazlardan oluşur.

Büyük Veri, satış ve pazarlamada önemli bir araç olarak hizmet vermektedir. Müşteriyi tanımak ve müşterinin seçim ve tercihlerinin kaydını tutmak, hedeflere ilişkin daha verimli kararlar almak için işletmeler için çok faydalı olabilir. Şirketlerin, pazarlamalarında vermek için müşteri hakkında büyük veri toplayabilecekleri çeşitli yollar olabilir. Yaş, konum, tercihler, satın alma geçmişi, finansal koşullar, rakiplerin konumları vb. gibi veriler, daha fazla müşteri çekmek için geleceğe yönelik bilinçli kararlar vermede büyük rol oynayabilir.

Şirketler, müşterilerden sorarak veri toplayabilir. Genellikle bu, müşterinin adı, iletişim bilgileri ve konumu ile ilgilidir. Bunlar e-ticaret sitesinden alışveriş yapabilmek için gerekli olan müşterinin vermesi gereken mecburi bilgilerdir. Bir diğer veri toplamı yöntemi olarak anket istenebilir. Müşterinin profilini çıkarmaya ve tercihlerini anlamaya yardımcı olabilecek daha doğrudan ve net sorular içerebilir.

Şirketler, müşterilerden sadakat programlarıyla veri toplayabilir. Bu, müşterilerin her alışverişte puan toplamasını ve belirli kriterlere göre ödüllendirilmesini sağlar. Bu, müşterinin tercih ve alışkanlıklardan oluşan site profilinin oluşmasını sağlar. Bu tür veriler şirketler tarafından kullanılır. Örneğin, müşteriye özel kampanya oluşturma gibi.

Şirketler, müşterilerden veri şirketleri vasıtasıyla veri toplayabilir.  Bu tür şirketler, yalnızca diğer şirketlere satmak ve kar elde etmek amacıyla hem çıkarım yapılmış hem de çıkarım yapılmamış verilerin veri toplaması için kendi özel kaynaklarına sahiptir. Şirketler, üzerinde çalışmaya başlamak için bu verileri satın alabilir ve çeşitli amaçlarla kullanabilir.

Şirketler, müşterilerden sosyal medya faaliyetleri ile veri toplayabilir. İlgili kişilerin profillerinin verilerini ve etkinliklerini izleyen belirli türde sosyal medya uygulamaları vardır.

 Müşterinizi ne kadar çok tanırsanız, onların beğendiklerine ve ilgi alanlarına göre fiyat, içerik ve kullanıcı arayüzü belirlenmesi, pazarlama ve kâr elde etmenin iyi bir yoludur. Büyük Veri, bir veri uzmanı tarafından anlaşılabilir ve bunlardan maksimum çıkarım elde etmek için pazarlama stratejilerinde ve süreçlerinde uygulanabilir.

Gerçek hayattan bu projeler örnek verilebilir ;

1. Netflix : Hizmetlerinin önemli faktörlerini iyileştirmek için büyük verileri kullanma girişimlerinde üretken olan Netflix önemli örneklerdendir. Netflixte en yaygın kullanılan big data özelliği veriye dayalı öneri uygulamasıdır. Bu uygulama yalnızca şirketin müşterilerle olan bağlantısını artırmakla kalmadı, aynı zamanda paradan tasarruf sağladı ve Netflixin sunucularını rahatlatmış oldu.
2. Amazon : Amazon şüphesi dünyada ki en büyük e- ticaret sitesi. Bunu big data verilerine borçlular. Yaygın olarak kullandıkları iki yöntemin ilki dinamik ücretlendirme. Misal aynı ürünleri tekrar tekrar kontrol ederseniz o ürünü gerçekten istediğiniz ve o ürünler için ödeme yapmaya hazır olduğunuz manasına gelir. Amazon fiyatları yaklaşık olarak günde 2.5 milyon kere günceller. İkinci olarak ürün önerileri. Kişinin ürünleri satın alması, sepete koyması hatta ürüne göz atması bile veri olarak kaydedilir. Ve amazon bu verileri kullanır. Bu sayede müşterinin ne istediğini, nelerden hoşlandığını öğrenebiliyor ve tekrar siteye giriş yaptıklarında kendilerine aynı ürünü veya benzerini önererek satışlarını arttırmış oluyorlar.
3. Starbucks : Starbucks müşterilerine ödül programları ve her bir müşterisinin satın alma alışkanlıkları hakkında daha fazla bilgi edinmelerine yardımcı olan mobil uygulamalar ile veri toplamaktadır. Starbucks bu verileri müşterilerine ürün önermek, daha iyi pazarlama kampanyaları, yeni menüler oluşturmak için ve bir sonraki mağazalarını nerede açacaklarına karar vermek için kullanır. Ayrıca, bir süredir mağazayı ziyaret etmeyen müşterilere birtakım teklifler içeren kişiselleştirilmiş e-postalar gönderirler, böylece onlarla yeniden etkileşim kurabilir ve indirim gibi müşteriyi kafeye çeken kampanyalarla müşteriyi yeniden kazanabilirler.

Kaynaklar:

<https://www.analyticssteps.com/blogs/4-applications-big-data-marketing>

<https://www.lytics.com/blog/8-real-life-big-data-marketing-examples/>

<https://www.bornfight.com/blog/7-real-world-examples-of-how-brands-are-using-big-data-analytics/>

MUHAMMED BİRCAN / 02185076033