



Nagihan Ünüvar
Markam Sen Marka ve Pazarlama
Yönetim Danışmanlığı
Kurucusu & Genel Koordinatörü

Günümüz pazarlama çalışmalarının yönünü belirleyen dijital pazarlama, giderek daha fazla zamanlarını çevrimiçi geçiren tüketicilere ulaşmak için kullanılan çevrimiçi kanallara yönelik pazarlama çalışmalarını kapsamaktadır.

2024 Dijital Pazarlama Trendleri

Her geçen gün gelişen yapay zekâ tabanlı pazarlama uygulamalarını takip ederek pazarlama stratejilerini belirleyen markalar için 2024 dijital pazarlama trendleri:

1. Artırılmış ve Sanal Gerçeklik

Tüketici deneyiminin öne çıktığı çevrimiçi kanallarda artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR), tüketicilerin ürünler ve hizmetlerle etkileşim kurmalarında önemli bir role sahiptir. Bu teknolojileri kullanan markalar, alışveriş yolculuğunda kişiye özel deneyimler sunar. 2024 yılında AR ve VR'nin dijital pazarlamada daha yaygın olarak kullanılacağını söyleyebiliriz. Bu teknolojiler kullanılarak, müşteriye eğlenceli deneyimler sunulabilir ya da ürün özelinde AR deneyimi sunarak, müşterinin ürünle ilgili deneyime dayalı fikir edinmesine yardımcı olabilir.

2. Yapay Zekâ ve Veri Madenciliği

Yapay zekâ (AI), markaların hedef kitlelerini daha iyi anlamalarını ve pazarlama kampanyalarını daha verimli bir şekilde yönetmelerine olanak verir. Veriye dayalı kampanyalar oluşturarak, reklamların en iyi şekilde hedeflenmesini sağlar, müşteri verileri analiz edilerek, kampanya performansı kapsamlı bir şekilde ölçülür. AI ve makine öğrenimi ile kişiselleştirilmiş mesajlar ve teklifler oluşturulabilmekte ve dönüşüm oranları artırılabilir. AI, büyük miktarda veriyi analiz ederek, müşteri davranışlarına yönelik içgörülerde elde edilmesinin yanı sıra, müşteri eğiliminin geleceğine yönelik öngörülerde bulunabilmektedir. Bu da pazarlama stratejilerinin daha etkin olması ve bütçe optimizasyonu için önemlidir.

3. Yapay Zekâ Destekli Chatbot ve Müşteri Hizmetleri

Yapay zekâ (AI) destekli chatbotlar, di-

jital pazarlamada müşteri deneyimini artırmak için önemli bir araçtır. Anında yanıt veren, 7/24 erişim imkânı olan chatbotlar ile marka müşterisinin beklemek zorunda kalmadan sorusuna cevap verilmesini sağlar. Sohbet analitiği ile müşteri davranışları analiz edilir ve bir sonraki görüşmede kişiye özel deneyim sunulur, müşteri memnuniyeti artırılabilir. Ayrıca, elde edilen veriler markanın müşteri hizmetlerini iyileştirmesine yardımcı olur.

4. Sesli Arama ve Akıllı Cihazların Yükselişi

Günümüzde, Siri, Alexa, Google Assistant gibi sesli asistanlar daha fazla kişi tarafından kullanılmaktadır. Markaların çevrimiçi içeriklerini konuşma diline uygun hale getirmesi gerekir. Anahtar kelime stratejisinde, konuşma dilinde kullanılan ve uzun kuyruklu anahtar kelimeler tercih edilerek markanın öne çıkması sağlanabilir. Sesli asistanlar, arama motorlarının sonuçlar sayfasında ilk çıkan ve sıfır pozisyon olarak adlandırdığımız ilk içeriği bulmaya eğilimlidir. Markalar, soruya cevap şeklinde ve konuşma diline uygun bir arama motoru optimizasyonu (SEO) stratejisi benimseyebilir.

Akıllı mobil cihazlar, kullanıcıların konumunu belirleme yeteneğine sahiptir. Bu da yerel pazarlama stratejileri geliştirmek için kullanılabilir. Akıllı telefonların yanı sıra, akıllı televizyonlar ve giyilebilir teknolojilerin popülerliğinin artmasıyla, bu cihazlara hedefleyen reklamlar planlanabilir.

Dijital pazarlamanın geleceği zorlukları ve fırsatları içinde barındırıyor. Bilgili kalmak, yeni teknolojilere açık olmak ve yenilikçi stratejileri benimsemek, hızla değişen dijital dünyada yol almak ve dijital çağda başarı olmak için önemlidir.