



Nagihan Ünüvar

Markam Sen Marka ve Pazarlama
Yönetim Danışmanlığı
Kurucusu & Genel Koordinatörü

2022'nin dijital pazarlama trendleri

Var olmak ve yeni dünyada yol almak için bilgiye, teknolojiye ve sağduyuya ihtiyacımız var. Bunun için, resme yukarıdan bakarak, geleneksel bakış açısından ayrılmalı ve gelişmiş ülkeleri örnek alarak yol alınmalıdır.

Tüm dünyada iş yapış şekilleri dijitalin içinde hızla ilerlerken, dijitalle uyum sağlayan ve teknolojiye adapte olan markaların yükselişinin devam edeceğinin şüphe götürmez bir gerçek olduğunu biliyoruz. Dijital dünya, bundan sonraki yıllarda hangi sektörlerin devam edeceğine karar verecek ve ne yazık ki bazı işler bu dünyanın dışında kalacaktır. İşler, insanlar, dijitalle uyum sağlayan ve kendini sürekli geliştiren markalar ve toplumlar dünyayı yeniden şekillendirecek, bu çağın gerisinde kalanlara dipsiz bir kuyunun içerisinde varlıklarını yitirme tehdidi ile karşı karşıya kalacaklardır.

2022 yılına girerken, yapay zekânın kendini nasıl geliştirdiğine tanık oluyoruz. Artık, yapay zekâ uygulamalarını hemen hemen her alanda kullanmaya başladık. 2022 dijital pazarlama trendlerini de yapay zekâ uygulamaları oluşturuyor. İşte, 2022'de öne çıkacağı tahmin ettiğim trendler...

Büyük veri

Bir marka için veri hayati öneme sahiptir. Müşterinin ayak izini takip etmek, alışkanlıklarını ölçmek, değerlendirmek, bir sonraki adımı tahmin etmek ve bunun üzerine stratejiler geliştirmek için ihtiyacımız olan şey veridir. Son yıllarda veri yönetiminde yapay zekâyı aktif olarak kullanmaya başlamıştık. 2021'in sonuna geldiğimizde, müşterinin her adımını takip eden ve tüm sosyal, arama ağlarını ve



cihazları bütünleştirerek çalışabilen bir teknolojiye kavuştuk.

Bu teknoloji, pazarlama çalışmalarımızda daha odaklı hareket etmemizi ve kitlesel hedeflemeden uzaklaşmamızı sağlıyor. Hem bütçemizi efektif kullanıyoruz hem de insanların görmek istemeyeceği reklamları sürekli göstererek onlarda bıkkınlık yaratmamış oluyoruz. Tabii tüm bunları yapay zekâyı kullanarak gerçekleştiriyoruz.

Analytics ile ölçme ve değerlendirme, kodlama ve istatistikleri okumak için "teknik pazarlamacılar" olarak adlandırdığım, yazılımla ilgili mühendislerle ve istatistikçilere olan ihtiyaç bundan sonraki yıllarda da artarak devam edecektir.

Sesli arama

Zaman, çağımızın işleri ile uğraşanlar için önemli bir dinamiktir. Özellikle, benim gibi dijitalle uğraşanlar bunu iyi bilirler. Zamanı yakalamak çok zor ve 24 saat yeterli değil. Zamanı uzatmayacağımıza göre, onu en iyi şekilde kullanabilmek için deneyimimizi kolaylaştıran uygulamalara yöneliyoruz. Bu sebeple, önümüzdeki yıllarda sesli

aramanın yoğun olarak kullanılacağını düşünüyorum.

Akıllı telefon kullanan herkesin bir asistanı olduğunu düşünürsek, müşterinin sesli aramada markanıza ulaşması için, markanızın dijital varlığını optimize etmelisiniz. Bunun için marka ismi, konumu sesli aramaya uygun olarak inşa edilmeli, haritalar, işletme kayıtları, internet sitesi anahtar kelimeleri yapılandırılmalı ve arama motoru optimizasyonu (SEO) yapılmalıdır.

Sesli arama yapanlar, sorular sorarak ürün ve hizmet araması yaparlar. Örneğin, «Hey Google/Siri, yakınımıdaki en iyi restoran hangisi?» diye sorabilirler. Sesli aramada markanızın öne çıkması için site anahtar kelimelerini «Ne?», «Neden?», «Nasıl?» ve «Nerede?» sorularına cevap verebilir şekilde optimize etmenizi öneririm.

Zamanı yakalamak ne kadar zorsa, dijital pazarlama trendlerini tek makaleye sığdırmak da bir o kadar zor. Son söz, 2022'de sanal ve artırılmış gerçekliği yakın merceğe almanızı ve "Metaverse" dünyasına hazırlanmanızı tavsiye ederim.