



Nagihan Ünüvar

Markam Sen Marka ve Pazarlama  
Yönetim Danışmanlığı  
Kurucusu & Genel Koordinatörü

# Dijitalde Sohbet Pazarlaması

Conversational -Sohbet pazarlaması, zamanın değerli olduğu günümüzde, müşterilerin markalar ile iletişime geçmek için uzun telefon görüşmeleri, ulaşım zorlukları gibi olumsuzlukların aradan kaldırılmasını sağlayan bir dijital pazarlama aracıdır.

**B**u pazarlamada, tüketiciler ile anında ve etkili bir iletişim gerçekleştirmek için, yapay zekâ (AI) veya insan odaklı olarak, web sitesi ve sosyal medya mecralarında, sohbet robotları, sesli asistan, canlı video görüşmesi ya da whatsapp kullanılır. AI uygulamaları ile kapsamı oldukça genişleyen ve farklı uygulamaları ile müşteri deneyimini artıran bu pazarlama şekli, bir çok kanala entegre edilebilmektedir.

Satıcı ve müşteri iletişiminin dijital platforma taşınması olarak da düşünebileceğimiz bu pazarlamayı uygulayan markalar, müşteri memnuniyetinin ve sadakatının artırılmasını hedefler ve dijital mecralardan herhangi birine gelen müşterinin ihtiyacını anlamaya odaklı bir iletişim stratejisiyle hareket eder.

## Yapay Zekâ'nın Önemi

Akıllı telefonlarının AI sistemiyle veya uzaktan bir insanla sohbet ederek anında geri bildirim almak, müşteri deneyimini olumlu yönde etkiler. Örneğin "Bu ürünün garantisi nedir?" gibi bir soru için, bir kişiyle bağlantı kurmak yerine, sohbet asistanı ile telefon üzerinden cevap alınabilir.

Sohbet pazarlamasını kullanan bir marka, müşteriyle birebir etkileşim kurarak satın alma olasılığını artırır. AI kullanılarak, müşteri alışveriş yolculuğunun bir kısmı otomatik hale getirilebilir ve potansiyel müşteriler kazanılabilir. Müşteri temsilcisinin aynı anda birden fazla satış gerçekleştirmesi mümkün olabilir ve böylece satış süreci kolaylaşır.



Müşteriler, sohbet robotu aracılığıyla rezervasyon yapabilir, kendileriyle ilgili bilgileri markaya doğrudan gönderebilir.

Bir çok destek sorgusu sohbet robotu tarafından yanıtlanabilir ve gerektiğinde bir insan müşteri destek temsilcisine iletilir. AI, web sitesini ziyaret eden kişi hakkında bildiği bilgilere dayanarak konuşmayı başlatır. Ardından, kişinin sohbet kutusuna yazdıklarına bağlı olarak farklı yanıtlar sunmak veya belirli eylemlerde bulunmak üzere programlanabilir. Sık sorulan sorulardan bazılarını otomatikleştirmek için AI'den faydalanılabilir.

Sohbet, müşteri ne zaman isterse ve gerçek zamanlı olarak gerçekleşir. Markaların gerçek zamanlı olarak sohbet edebilmeleri önemli olsa da, bir sohbeti müşterinin istediği hızda bitirebilmeleri de bir o kadar önemlidir. Bunun için AI'den destek almak ve sohbetin bir bölümünü AI ile yönetmek markalar tarafından avantaj sağlar.

Sadece insan odaklı sohbet yapılırsa,

bu birçok müşteriye anında cevap verilememesine neden olabilir ve küçük markalar için insan gücü yetersiz kalabilir. Sohbet robotları, var olan verilere dayalı olarak 7/24 desteği mümkün hale getirir.

İnsanlar, müşteri temsilcisi ile görüşmek için bir numarayı aramayı ve beklemeyi istemiyor. Sohbet pazarlaması, sohbetin müşteriye en uygun kanalda gerçekleşmesidir. Bu kanal, markanın web sitesi olabileceği gibi, instagram doğrudan mesaj ya da meta messenger olabilir, bir insan veya sohbet robotu ile de olabilir. İnsanlar sadece kolayca hızlı bir sohbet mesajı gönderebilmek ve bilgi alabilmek istiyorlar. Buna ulaşabildikleri sürece, bu bilginin bir insan ya da robot tarafından verildiği çok önemli değildir.

Markaların sohbet pazarlamasından yararlanabilmeleri için, kendileri için doğru sohbet çözümlerini belirleyebilmeleri ve bunu iyi bir şekilde uygulayacak teknik anlayışa sahip olmaları gerekir.