



**FIRAT FİDAN**  
FDN Grubu  
Yönetim Kurulu Üyesi



## REKABETTE YENİ DÖNEM: VERİ TABANLI PAZARLAMA

Günümüzde stratejik rekabet artık veri tabanlı pazarlamadan geçiyor.

Firmaların bilgiye daha duyarlı hale gelmesi; bir başka deyişle işletmelerde bilginin değerinin artması ve müşteri odaklı pazarlama anlayışının gelişmesiyle birlikte veri tabanlı pazarlama kavramı ön plana çıkmaya başladı.

Bir şirketi başarıyla yönetebilmenin en önemli anahtarı mevcut verilerin kalitesi ve yönetimidir. Bu nedenle ilk adımınız ihtiyaçlarınız doğrultusunda bir yazılım geliştirmek veya hazır bir program satın alarak bunu her departmanınıza uygulamak olmalıdır. Hiç şüphesiz ki müşterileriniz hizmet anlayışınızdaki kaliteyi kullanmakta olduğunuz veriler sayesinde kısa sürede fark edecektir.

Bununla birlikte sürdürülebilir iletişim yaklaşımı ile müşterilerinize vermekte olduğunuz hizmetle ilgili sorular yönelterek eksik noktalarınızı belirlemek ve aksiyon planı oluşturmak da gelişiminize katkı sağlayacaktır.

### MÜŞTERİ PORTFÖYÜNÜZÜ SÜREKLİ AKTİF TUTUN

Bir başka önemli nokta ise müşteri portföyünüzü sürekli aktif tutan çalışmalar yapmak olmalı. Bu noktada, müşteri odaklı pazarlama faaliyetleri ile anlık SMS ve mailing bildirimleri yaparak müşteri demografik yapılarınızı güncelleyebilir, müşterilerinizin satın alma alışkanlıklarına odaklanarak onlara özel ID'ler tanımlayıp sadakat yapılarını oluşturabilirsiniz.

Verilerin doğru ve efektif kullanımı sayesinde pazarlama alanında ciddi atılımlar gerçekleştirecek, yapacağınız klasifikasyon yöntemi ile de reklam ve ürünlerinizi farklı sınıflara sunarak hem müşterilerinize verdiğiniz önemi gösterecek hem de pazarlama bütçenizi daha doğru yönetebileceksiniz.

Bütünleşik ve memnuniyet odaklı çalışma anlayışının bir parçası olarak müşterilerinizden aldığınız her şikayeti değerlendirmeniz ve ilgili kurum ve kişiyi şirket müdürünüz, danışmanınız ve müşteri ilişkilerinden sorumlu çalışma arkadaşınız ile beraber ziyaret etmeniz gerekir. Bu yaklaşım kurumunuzu farklılaştırırken, hizmet verdiğiniz sektörde üstünlük sağlayacak bir yönetim anlayışınızın olduğunu gösterecektir.

### DİJİTALDE VAR OLMAK, SİZİ GÜVENİLİR KILAR

Tüm bunların yanında şirketinizin dijital medyayı aktif bir şekilde kullanması, kaliteli hizmet anlayışınızla bağdaşacak bir diğer önemli unsurdur. Kurum olarak Facebook, Twitter, LinkedIn ve Instagram hesaplarınızı aktifleştirmeniz ve bu kanallar aracılığıyla gelen taleplere anında cevap vermeniz müşterileriniz nezdinde güvenilir bir firma olarak algılanmanıza yardımcı olur.

Bununla birlikte düzenleyeceğimiz yarışmalar ve interaktif iletişim ile takipçilerinizle aranızda duygusal bağ kurarken aynı kanallar üzerinden satış yapmanız da mümkün.

*En çok otomobil satan bayilerin çoğunun araç satış kanallarına sosyal medya hesaplarını eklediğini biliyor musunuz?*

İnternet her piyasayı değiştirdiği gibi otomotiv pazarını da şekillendirmeye devam ediyor. Hızla gelişen bu dönemde tüm şirketlerin internet alt yapılarına çok önem vermesi ve bu kanallara daha fazla odaklanması gerekli.

Müşteri memnuniyeti için özel uygulamaların başında gelen “farklılaşmayı” internetten araç satabilmenin “standart” olacağı dönemde değil, içinde bulunduğumuz bu dönemde, bir pazarlama aracı olarak kullanabilirsiniz. Her ne kadar dijitalleşme tüm hızıyla devam etse de, tüm bu yatırımların ve yönetim anlayışının temelinde insan yatmakta. Bir işte başarılı olabilmenin anahtarı o işi sevmek ve severek yapan kişilerle çalışmakla mümkün!

### BAŞARINIZI MUTLAKA EKİBİNİZLE PAYLAŞIN

Siz de işe alacağınız kişileri değerlendirirken, tecrübeden önce işi ve sektörü sevip sevmediğini anlamaya çalışın. Her gün ilk günkü heyecanla işe gelen ve hedeflerine aynı şevkle odaklanan ekibinizden elde edeceğiniz verim tartışmasız yüksektir. Bireysel başarılar ise zaten bu aşamada kendiliğinden gelecektir.

Ekibinizi başarıya ulaştırmak için onlara gerçekçi ve ulaşılabilir olan günlük, haftalık, aylık ve yıllık hedefler belirleyin ve bu hedefleri kendilerinin de anlık takip edebilmelerini yine yazılım programlarınızla sağlayın. Böylelikle işe gelen herkesin bir hedefi olacak, bu hedefler doğrultusunda adil bir şekilde değerlendirildiğini bilecek ve yine bunlara göre takdir edilecektir.



Başarının en büyük kısmı hedeflerinize ulaşmanızla ve ulaştığınız başarıların paylaşımı ile sağlanmaktadır. Ortada bir başarı varsa, bu başarıyı mutlaka paylaşın ve bu başarıda payı olan herkesin maddi ve manevi nemalanmasını sağlayın.

Müşteri yönetimindeki başarıyı sürdürülebilir hale getirmek için de şu cümleyi asla unutmayın;

*“Yeni bir müşteri kazanmanın maliyeti, eski müşterileri elde tutmaktan daha fazladır.”*