

KOBİ'leri 2022'de bekleyen dijital trendler

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler Türkiye'de ve dünyada ekonominin gelişmesini sağlayan en önemli yapılar durumunda. Ancak teknolojiyle birlikte sürekli dönüşen iş hayatına ve pazarlamaya dair trendlere uyum sağlayamayan KOBİ'lerin büyüme ve karlılık anlamında önemli sorunlar yaşadığı araştırmalara yansıyor. 150 yılı aşkın köklü geçmişiyle müşterilerine hizmet veren **Generali Sigorta**, 2022 yılında KOBİ'lerin iş ve pazarlama süreçlerinde daha da önem kazanacak ve karlılıklarını artıracak trendleri paylaştı.

Generali Türkiye
Zeren Kurt Turan
+90 535 702 44 21
zeren.turan@generali.com.tr

Ajans Dijital Kalem
Özkan Özbey
+90 507 589 19 96
ozbey@ajansdijitalkalem.com

Yapay zekanın artan gücü

Mevcut pazarlarında büyümek için KOBİ'lerin emir zincirinden malzeme ve sipariş yönetimine, imalattan atölye operasyonlarına, sipariş karşılamadan lojistiğe kadar birçok iş sürecine dair yapay zeka yazılımlarını kullanmaları, artık gereklilikten öte zorunluluk durumunda. KOBİ'lerin iş süreçlerini hızlandıracak yapay zeka uygulamaları 2022 yılında daha da önem kazanacak. Bu tür yapay zeka yazılımlarına yatırım yapacak KOBİ'ler, mevcut güçlerini doğru kullanmak ve karlılıklarını artırmak adına rakiplerinden bir adım önde olacak.

Yapay zeka destekli sosyal medya reklamları

Yapay zeka iş ve özel hayatı dönüştürürken KOBİ'lerin hedef kitlelerine ulaşmalarını sağlayan alanlarını da şekillendiriyor. Bu alanlardan biri, özellikle büyük pazarlama bütçeleri bulunmayan KOBİ'ler için hedef kitleleri nezdinde bilinirliklerini ve satışlarını artırmalarını sağlayan sosyal medya reklamları. KOBİ'lerin, daha fazla kullanıcı dostu özelliğin ekleneceği sosyal medya reklamlarına yatırım yaparak 2022'de daha da geniş kitlelere ulaşmaları mümkün olacak.

Orijinal, kişiselleştirilmiş ve özgün içerik

Pazarlamanın olmazsa olmazlarından biri orijinal ve özgün içeriktir. 2020 ve 2021 yıllarından olduğu üzere hedef kitlelere sunulan içeriğin özgün ve markaya özel olması dijital trendler arasında üst sıralarda yer



alıyor. Bir başka kanaldan, özellikle de rakip markalardan “kes, kopyala, yapıştır” yöntemiyle alınan içerikler, uzun vadede KOBİ'lere yarardan çok zarar getirmektedir. KOBİ'lerin hem dijital varlıklarını geliştirmeleri hem de dijital alanda hedef kitleleri ile bağ kurmaları ve gelirlerini artırmaları anlamında orijinal, kişiselleştirilmiş ve özgün içerik 2022 yılında da önemini koruyacak.

Video içerik

Video içerik pazarlaması günden güne gelişme gösteren bir alan olarak karşımıza çıkıyor. Sanal gerçeklik çözümleri, 360 derece videolar ve livestreaming içerikler son yıllarda video pazarlamasına yeni bir soluk getiriyor. Dünyanın en büyük ikinci arama motoru olarak anılan Youtube, video içerik pazarlamasında tartışmasız lider sosyal medya platformu durumunda. Ve bu liderliğini 2022 yılında da artırarak sürdürecektir. KOBİ'lerin mevcut değilse bir YouTube kanalı açmaları ve düzenli olarak markayla uyumlu video içerikleri paylaşmaları, yeni yılda da hedef kitlelerle bağ kurmaya yardımcı olacaktır.

Mobil pazarlama

Mobil cihaz kullanımı her geçen gün artış gösteriyor. Özellikle e-ticaret sektörü düşünüldüğünde e-ticaret sitelerinden yapılan alışverişlerin yaklaşık %70'inin mobil cihazlar kullanılarak yapıldığını söylemek mümkün. E-ticarete 2022 pazarlama stratejileri içerisinde mobil uyumlu pazarlamaya verilen önemin artacağı ve KOBİ'lerin mobil uyumlu olarak tasarlanan pazarlama çalışmalarından daha hızlı sonuçlar alacağı tahmin ediliyor.

E-mail Pazarlama

KOBİ'lerin müşterileriyle sürekli ilişki halinde olabilmelerinin en etkili aynı zamanda da en ucuz reklam ve pazarlama araçlarından biri olan e-mail pazarlama, 2022 yılında da önemini sürdürecektir. KOBİ'lerin yeni yılda ürün, hizmet ve kampanyalarını tanıtmak için e-mail pazarlama kullanarak, bilinirliklerini ve satışlarını artırmaları mümkün olacaktır.