

KOBİ'ler dijital kabiliyetlerini nasıl geliştirebilir?

Generali Sigorta, Türkiye ekonomisinin lokomotif gücü olan ve yüzde 99.8'ini oluşturan KOBİ'lere dijitalleşme kabiliyetlerinin gelişimi açısından dikkat etmeleri gereken noktaları sundu.

Dijitalleşme son yıllarda KOBİ'ler için gereklilik değil, zorunluluk durumunda. Hem verimliliklerini hem de karlılıklarını artıracak dijital yatırımlara mesafeli duran KOBİ sayısı geçen yıllara göre azalsa da, KOBİ'lerin büyük bir bölümü dijitalleşmeye mesafeli yaklaşıyor. 150 yılı aşkın köklü geçmişiyle **Generali Sigorta**, Türkiye ekonomisinin lokomotif gücü olan KOBİ'lere dijitalleşme yolculuklarında önemli tavsiyeler sundu.

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

İşletmenin web sitesine yatırım yapmak

Günümüzde KOBİ'lerin bir anlamda sanal vitrini özelliği taşıyan web siteleri, dijital iletişimin merkezini ifade ediyor. KOBİ'ler ile müşteriler arasındaki ilk temas genellikle web siteleri üzerinden gerçekleşiyor. Bu nedenle işletme bir web sitesine sahip değilse, mutlaka en kısa sürede gerekli adımlar atılmalıdır. Web sitesi mevcut ise güncel trendlere uygun olarak geliştirilmelidir. Mümkünse web sitesinde yüksek çözünürlüğe sahip görseller kullanılmalı, site mutlaka mobil uyumlu olmalıdır. Çünkü web siteleri son yıllarda hem şirketlerin dijital dünyadaki yüzü hem de sosyal medya hesaplarında link vererek içerik paylaşımları için referans noktası olma özelliği taşıyor. Ayrıca işletmeler, web sitesinde “teklif formu” kullanarak müşterilerden talep toplayabilir, teklifler sunabilir ve yeni müşterilere ulaşarak gelirini artırabilir.

İşletmenin dijital kimliğine yatırım yapmak

Günümüzde arama motorları, işletmelerle ilgili bilgilere ulaşma konusunda kullanıcılarına tüm kolaylıkları sunuyorlar. Arama motorlarında KOBİ ile ilgili araştırma yapıldığında kullanıcı karşısına çıkan bilgilerin, görsellerin ve yorumların kalitesi, işletme hakkında ilk izlenimi oluşturuyor. Dijital kimlik olarak tanımlanan işletmeler ile ilgili bu bilgilerin doğruluğu, görsel kalitesi ve yorumların olumluluğu gibi konular KOBİ'ler için her zamankinden daha fazla önem taşıyor.



Sosyal medya ile hedef kitlelere dokunmak

Türkiye’de toplamda 70 milyondan fazla internet kullanıcısı bulunuyor. Öte yandan ülke nüfusunun hemen hemen %70’i ise sosyal medya kullanıcısı. Dolayısıyla KOBİ’lerin başta sosyal mecralar olmak üzere, iş, ürün ve hizmetleri ile uyumlu tüm platformlarda yer almaları, hedef kitlelerine ulaşmak açısından büyük önem taşıyor. Ayrıca KOBİ’lerin sosyal medya mecralarında düşük maliyetlerle düzenli reklamlar vererek, ürün ve hizmetlerini bu mecralar üzerinden hedef kitleleri ile buluşturmaları da mümkün.

Müşterilerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine göre dijital mesajlar ve kanallar seçmek

Kişiyeye özel e-posta gönderimi, özellikle kritik dönemlerde KOBİ’lerin daha fazla geri dönüş almalarına olanak sağlamaktadır. Web sayfasında tüketicilerin gezindikleri kategorilerin ve ürünlerin bilgisi kullanılarak kişiyeye özel atılan e-postalar, KOBİ’lerin rekabette ön plana çıkmasına ve finansal açıdan ek gelirler elde edilmesine olanak sunmaktadır. Ayrıca Whatsapp veya SMS gibi dijital araçlar da müşteriler nerede olurlarsa olsunlar onlara aynı anda ulaşılmasını sağlayabilecek diğer araçlardır. KOBİ’lerin Whatsapp ve SMS gibi dijital araçları da kullanarak müşterilerine anlık olarak ulaşabilmeleri ve her koşulda bilgi sunabilmeleri mümkündür.

Müşterilerin kişisel verilerinin korunması, müşterilerle etkileşimde önemli bir rol oynar

KOBİ’lerin müşterileri ile iletişime geçerken KVKK (Kişisel Verileri Koruma Kanunu) ile belirlenen sınırlar çerçevesinde hareket etmesi de oldukça önemlidir. KVKK, KOBİ’ler için de büyük bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. KOBİ’lerin dikkat etmesi gereken en önemli nokta; emanet alınan verilerle ilgili olarak KVKK’ya uygun şekilde veri yönetimini yapmak ve müşterilerinden pazarlama iznini almaktır. Ayrıca e-posta veya SMS gibi ticari elektronik ileti göndermek isteyen KOBİ’ler, İleti Yönetim Sistemi’ne (İYS) kaydolmak zorundadır. Yalnızca sistem üzerinde onayı olan alıcılara ticari elektronik ileti gönderilebildiği unutulmamalıdır.