



Marketing Analytics & Cognitive  
MarketingTürkiye | Deloitte.

# Etkinlik Programı

27 Nisan 2021, Salı

SAAT	GRUPLAR	BAŞLIK
9:00-09.20	<b>Açılış Konuşmaları</b>	<b>Marketing Analytics &amp; Cognitive Açılış Konuşmaları</b> Marketing Türkiye Genel Yayın Yönetmeni Günseli Özen ve Deloitte Turkey Consulting Lideri Hakan Göl
09.20 - 09.50	<b>Data &amp; Insights</b>	<b>Rewiring Marketing</b> Değişen marketing dünyası, yeni beklentiler, zorluklar, stratejik pazarlama: Veri odaklı yaklaşımı (IDO) tüm organizasyon nasıl içselleştirmeli?
09.50 - 10:20		<b>New Ways of Insight</b> Tüketici araştırmalarındaki yenilikler neler? Değişen alışkanlıkları ve değerleri anlamak için ne tip yöntemler kullanılıyor?
10.20-11.00		<b>Myths &amp; Facts About Data</b> Şirketler müşteri yolculuğuna dair ne kadar veri toplatabiliyorlar? Sosyal medya gibi unstructured olan verileri yönetmekte başarı sağlanabildi mi? Son yıllarda müşteriyi daha iyi tanıyabilmek için hangi kanalları kullanabildiler?
11.00-11.40		<b>The Way Forward to Marketing AI</b> Toplanan verileri anlamlandırmak ve hikayeleştirmek için ne tip çözümler önerilmekte? Son dönemde veriyi analizinde kullanılan yöntemler nasıl değişti, temel istatistikten yapay zekaya giden yolculukta kendinizi nerede görüyorsunuz? Verinin görselleştirilmesi bu hikayenin hangi kısmında yer almakta?
11.40-12.30	<b>ARA</b>	
12.30-13.00	<b>Martech vs. Adtech</b>	<b>Martech vs. Adtech</b> Müşteri kazanmak ve tutundurmak için ne tip adtech / martech uygulamaları kullanılmakta? Third-party cookie lerin kullanılmayacağı yeni dünyada alternatifler neler? Kişiyi özel iletişimlerde kendinizi hangi noktada görüyorsunuz?
13.00-13.20		<b>Medya Planlama</b> Sayısı giderek artan pazarlama kanallarını yönetirken en yüksek ROI sağlayacak optimal planlama nasıl yapılmalı? Planlama süreçlerinde ne tip yenilikçi uygulamalar var?
13.20-13:40		<b>Cloud. Cloud. Cloud</b> Bulut bilişimin Marketing Analytics & Cognitive'deki yeri nedir? Hız, verimlilik, sonuçlar nelerdir?
13:40-14.00		<b>The Rise of Content &amp; Influencer Marketing</b> Sosyal medyanın yükselişi ve influencer marketing alanlarında başarıyı ölçmek ne kadar mümkün? Daha etkin içerik oluşturmada yapay zeka uygulamaları neler? Tavsiye ekonomisinde başarıyı yakalamak için NLP desteği ne kadar kullanılmakta?
14.00-14.20	<b>Marketing Innovation</b>	<b>Pave Your Own Path to Participation</b> Katılım ekonomisi şirketlere nasıl ufuklar açıyor? Tüketiciler ile beraber şekillendirilen ürün örnekleri neler?
14.20-14.50		<b>Customer Value Management</b> Müşteri segmentasyonunda müşteri yaşam boyu değeri ne kadar dikkate alınmakta? Analitik çözümlerle yüksek potansiyele sahip müşterileri saptamak ve tutundurmak mümkün mü? Müşteri hizmetlerinde proaktif uygulamalar mevcut mu?
14.50-15.20		<b>Precision Growth</b> Fiyatlandırmada farklı ne tip kaynaklar kullanılıyor? Subscription based yeni iş modellerin hayatımızdaki yeri ne olacak? Yeni teknolojiler iş modellerini nasıl değiştirdi? Yeni iş ortaklıkları ve satış kanalları nelerdir?
15.20-15.40		<b>Tapping into Finance (Bankalaşan Markalar)</b> Bankalaşan markalar: Tüketici finansmanı ile yeni ufuklar açmak mümkün mü? Bu alanda ne tip uygulamalar var?
15:40 - 16:00	<b>Marketing Operations</b>	<b>State of Product Design</b> Tüketici beklentileri özelinde ürün tasarımında yapay zeka kullanımı ne durumda?
16.00-16.20		<b>Customer Comes Through</b> Kullanıcı deneyimini iyileştirecek servis ve dijital varlık tasarımlarında analitik uygulamaların önemi nedir?
16.20-16.50		<b>Agile Marketing &amp; Marketing Organization</b> Ajans ilişkileri, iletişim, operasyonlar, Değişen dünyada pazarlama organizasyonu nasıl şekillendirilmeli? Panel olarak değerlendirebilir miyiz?
16.50-17.20		<b>Empathic AI</b> Yapay zeka duygu dünyasına hitap edebilir mi? Sanatta yapay zeka kullanımı ve yeni ufuklar...
17.20-17.50	<b>Future of Trust</b>	<b>Future of Trust I</b> Siber tehditlerin müşteri davranışı üzerindeki etkileri nelerdir? Güvenli platformlar yaratabilmek için ne tip teknolojiler kullanılmakta? Bu tehditlerin tüketici üzerindeki etkileri neler?
17.50-18.10		<b>Future of Trust II</b> Yapay zeka ve önyargı: Kontrolsüz veri dünyasında etik değerler nasıl gözetilmeli? Eşitlikçi uygulamalar için firmalar ne tip aksiyonlar alıyor? Kapsayıcılık / fayda odaklı markalar çerçevesinde ne tip uygulamalar var?