



SEVİL DAMLA KAYAALP



BLACK MIRROR HOŞ GELDİ: A-TİCARET (E-TİCARET, M-TİCARET ŞİMDİ DE A-TİCARET)

Aramızda 'Black Mirror' izleyicileri varsa şu bölümü hatırlarlar, trajik bir hikayedir.

Evli bir çiftimiz vardır, eşlerden birinin işi çıkar ve kasabaya gitmek için evden ayrılır. Arabayla giderken, bir kaza geçirir ve hayatını kaybeder. Eşi, bu duruma çok üzülmemektedir. Bir vasıtayla bir programdan haber alır bu programlar yapay insan üretebilmektedir, hem de neredeyse birebir. Eşi, biraz tereddütlü de olsa bunu denemek ister ve internetten yapay eşini sipariş eder. Tabiri caizse hayatta olmayan eşine yeniden kavuşacaktır. Ve bir gün kapı çalar ve (yapay) eşi gelir.

Peki bu nasıl olmuştu? Hayatta olmayan insanların sosyal medya hesaplarındaki sesli, görüntülü ve yazılı tüm geçmişlerini belleğine alan bir program sayesinde. Aynı zamanda fotoğrafta ve videolarda görünen kişiyi, aynı ses tonu ve aynı fiziki görünümüyle birebir yapay bir insan olarak yaratılabiliyorlardı.

Black Mirror'dan çıkıp günümüze dönersek, şu an için sanırım ne üretici ne de tüketici böyle bir şeye (teknolojiye) hazır. Şu an ki teknolojimizle belki bu kadarını yapamıyorsak da yine insanlara istediği şeyleri hem de çok zahmetsizce ulaştırabiliyoruz.

A-Ticaret, e-ticaretin bir alt birimi olarak görev yapsa da

aslında başlı başına farklı bir sistem olarak görmemiz gerekiyor. Bu farkları anlamak içinse biraz E-ticaret'e, hemen akabinde gelen M-ticarete ve ardından A-ticarete bir göz atalım.

E-ticaret (elektronik ticaret), çok kabaca tabir edersek, tüketicinin, bir ürünü almak için fiziki olarak mağaza mağaza dolaşıp gezmesine hatta yerinden bile kalmasına gereksinim duymadan alışveriş yapabildiği. Üreticinin ise, fiziksel bir mağaza açmadan, neredeyse dünyadaki bütün tüketicilere aynı anda ulaşabildiği bir platformdur.

M-ticaret ise (mobil ticaret) akıllı telefonlarımızdan ya da tabletlerimiz üzerinden yaptığımız



mal ya da hizmet satın alım ve satımlarımıza karşılık gelir. E-ticaretin bir alete adaptasyonudur. O alet her yerde ve farklı fiziki koşullarda hareket halinde hizmet veren, şimdiki akıllı cep telefonları ve tabletlerdir.

Peki A-ticaret (automated commerce) nedir?

A-ticaret açılım olarak otomatikleştirilmiş ticareti ifade eder. Başka bir deyişle algoritmik ticaret de diyebiliriz.

Konumuzu detaylandırmadan önce çok karıştırılan bir kavramdan ve ondan nasıl ayrıldığından söz edelim.

A-ticaret genel olarak Augmented-commerce kavramı ile karıştırılıyor. Aslında aralarında bariz bir fark vardır. Augmented commerce, artırılmış ticarettir. Buradaki amaç tüketicilere artırılmış gerçeklikle bir deneyim yaşatmaktır. Bunun en kolay örneği ise Ikea markasının 'Ikea Place' adını verdiği bir uygulamadır. Uygulamayı telefonunuza indiriyoruz ve almak istediğimiz ürünleri, evimize taşıma zahmetinde bulunmadan, evimizin içinde nasıl duracağına bu uygulama sayesinde bir göz atıyoruz. Bu tarz deneyimleri yaşamaya da augmented commerce yani artırılmış ticaret diyoruz.

A-ticarete dönecek olursak, yapay zekanın hayatımıza girmesiyle birçok konuda değişim sinyallerini takip ediyoruz. Her şey bu kadar hızla değişirken üretici davranışları da tüketici davranışları da keskin bir şekilde değişime ayak uyduruyor. Hele ki perakende sektörü için bu değişim kaçınılmaz oluyor.

Tüketicilerin artık kullandığı ya da kullanacağı ürünler hakkında bilgi edinmesi ve fikir alması, ürün performanslarını ya da muadil ürünler hakkında bilgi sağlamaları sadece parmaklarının uçlarında. Bu da tüketiciyi daha bilinçli, heyecanlı ve doyumsuz kılıyor.

Tüketiciler, kullanacakları ürünler ve seçimleri konusunda oldukça hassas ve yüksek standartlara sahipler. Markalara, hizmete ve ürünlere, daha zahmetsiz ve kolay ulaşım sağlamak istiyor. Hatta öyle bir şeyler olsun ki artık çok düşünmeyelim bizim yerimize başkaları düşünsün, bir şeye karar vermek için çok araştırmayalım, bir şeyler bizim yerimize araştırsın ve bize sunsun istiyoruz. Aslında bu tam da beynimizin istediği gibi bir yöntemdir. Beynimiz her zaman kolaydan yanadır. Az efor sarf edelim, istediğimiz şey hemen olsun ve bunun için de çok çaba harcamayalım. İşte a-ticaret tüketiciler için tam da bunları sağlıyor.

Trendwatching'e göre A-ticaret, tüketicilerin artık, perakende deneyimlerini algoritmalarla ve akıllı cihazlar gibi dış kaynakların kontrolüne bırakacağını belirtiyor. Perakende deneyiminin içinde ürün bulma, ürün satın alma, teslimat düzenlenmesi hatta pazarlık bile var.

A-ticaret nasıl mı oluyor?

Çok basit. Otomasyon, makine öğrenmesi ve algoritmalarla. Elimizdeki cihazlar ve artık yavaş yavaş evimizdeki cihazlar bizi bizden daha iyi tanıyor. Evet, belki etik yönlerini tartışabiliriz ama inanın dünyamızı tümünden değiştirip çok daha kolay bir yer haline getiriyorlar.

Siz, buzdolabınızdaki sütünüzün biteceğini fark eden, sizi uyaran ve hatta sizin için sipariş veren bir buzdolabınız olsun, gideceğiniz bir restoranta sizin adınıza rezervasyon yapan akıllı bir cihazınız ya da bugün ne giyeceğiniz için saatlerce düşünmenizi engelleyecek, size önerilerde bulunacak ve neredeyse sizin için karar verecek bir şeyler olsun istemez misiniz? Şu an için bu bahsettiğimiz şeylerin hepsi mevcut ve kullanımda.

Literatür'de tam olarak yerini bulamasa da, hâlihazırda A-Ticareti kullanan birçok firma var. Daha net anlamak için birkaç örnekle pekiştirelim.

How data science is woven into the fabric of Stitch Fix

