**Dijital Dönüşüm ve Müşteri Davranışlarındaki Değişim**

Son on yıl içinde teknolojinin beklentinin üzerinde hızlı gelişimi her sektörde bir dijital dönüşüm çağının başlamasına neden olmuştur. Bu yeni cağın başlangıcı müşteri davranışları üzerinde de büyük bir değişimi tetiklemiştir. Müşteriler, alışveriş yapmak veya hizmet almak için daha önce gösterdikleri alışkanlıklara olan bağlılıklarını azaltarak dijital platformlarda farklı davranış şekilleri ve alışveriş alışkanlıkları ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, dijital dönüşüm, müşterilerin davranışlarını anlamak, müşteri odaklı ürün ve hizmetler sunmak ve rekabet avantajı sağlamak işletmeler için önemli bir kilit faktör olmaktadır. Bu dijital dönüşüm şirketleri geleneksel pazarlama stratejilerini terk etmelerini ve yeni nesil müşterilerine farklı bir bakış açısı ile yaklaşmalarını zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı e-ticaret şemsiyesi altında M-ticaret (mobil ticaret) kanallarını kullanan müşterilerin önem verdikleri değerler ve ön satın alma ve satın alma sonrası kullanıcı davranışlarını tanımlamaktır. Aynı zamanda hızlı tüketim sektörünün bu yeni ekosistemde fiziki olarak yaşadığı değişim ve müşterileri satın alma eylemini sağlamak için ortaya koydukları pazarlama ve iletişim stratejilerini ortaya çıkarmaktır. Yöntem olarak literatürde bu konuda yapılmış araştırmalar taranarak yeni nesil müşteri davranışları ve şirketlerin yaşadıkları değişim tanımlanmaya çalışılarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Muhammed Keten

Taslak

Digital Dönüşüm açıklama

Digital Dönüşümde Müşteri naaptı

Digital Dönüşümde hangi değişimi geçirdi

Diğital Dönüşümde Şirketler ne yaptı nasıl ayak uydurdu ( distribution)