



# MÜŞTERİ VERİ ANALİZİ VE YÖNETİMİ EĞİTİMİ

2 Gün



**Digital Vizyon**  
Akademi

[www.digitalvizyon.net](http://www.digitalvizyon.net)

## Eğitim Hakkında

İşletmelerin müşteri merkezli stratejiler geliştirebilmesi için, müşteri verilerini doğru yönetmesi ve analiz etmesi kritik önem taşımaktadır. Bu eğitimnin amacı, katılımcılara müşteri verilerini toplama, analiz etme ve yönetme konularında kapsamlı bilgi ve beceriler kazandırmaktır. Eğitimin ilk gününde, müşteri verilerinin önemi ve işletmelerin rekabetçi avantaj kazanmalarındaki rolü üzerinde durulmaktadır. Müşteri sadakati, müşteri ömür boyu değeri (CLV) ve müşteri deneyimi iyileştirme gibi konular incelenmektedir. Böylece, katılımcılar müşteri verilerinin stratejik değeri kavramaktadır. Ayrıca, müşteri verilerinin toplanması ve depolanması konuları da eğitimde yer almaktadır. Veri kaynakları, toplama yöntemleri ve veri kalitesinin önemi üzerinde durulmaktadır. Katılımcılar, işletmelerinde etkin bir müşteri veri yönetimi sistemi kurabilecektir. Eğitimin ilk gününde, müşteri verilerinin analizi için kullanılan yöntemler de öğretilmektedir. Tanımlayıcı istatistikler, segmentasyon, tahminleme, duygu analizi gibi veri analizi tekniklerinin uygulamaları incelenmektedir. Böylece, katılımcılar müşteri verilerinden anlamlı içgörüler elde edebilecektir.

Eğitimin ikinci gününde, müşteri [veri analizinin](#) işletme süreçlerine entegrasyonu ve yönetim konuları üzerinde durulmaktadır. Katılımcılar, müşteri verilerini işletme stratejileri ve operasyonlarına nasıl yansıtacaklarını öğrenmektedir. Bu kapsamda, müşteri veri analizinin pazarlama, satış, müşteri hizmetleri, ürün geliştirme gibi işletme fonksiyonlarıyla bütünleştirilmesi konusu ele alınmaktadır. Böylece, müşteri odaklı kararlar alınabilmekte ve işletme performansı artırılabilir. Ayrıca, müşteri verilerinin güvenliği, gizliliği ve etik kullanımı konuları da eğitimin ikinci gününde işlenmektedir. Yasal düzenlemeler, iç kontrol mekanizmaları ve paydaş iletişimi değerlendirilmektedir. Katılımcılar, müşteri verilerinin sorumlu bir şekilde yönetilmesi için gerekli yetkinlikleri kazanmaktadır. Eğitimin son bölümünde, [müşteri verilerinin yönetimi](#) ve analizi için gerekli teknolojik alt yapılar incelenmektedir. Veri ambarları, büyük veri analitiği, yapay zeka ve makine öğrenmesi uygulamaları gibi konular öğretilmektedir. Katılımcılar, işletmelerindeki müşteri veri yönetimi kapasitelerini güçlendirebilecektir.

Bu iki günlük eğitim programı, müşteri verilerinin etkin bir şekilde yönetilmesi ve analizinde yetkin profesyoneller yetiştirmeyi hedeflemektedir. Eğitimi başarıyla tamamlayan katılımcılar, müşteri odaklı stratejiler geliştirerek, işletmelerinin rekabet gücünü artıracaktır.

## Neler Öğreneceksiniz

- Müşteri verilerinin stratejik önemi ve işletme performansına etkileri
- Müşteri sadakati, ömür boyu değeri (CLV) ve müşteri deneyimi iyileştirme
- Müşteri veri kaynakları, toplama yöntemleri ve veri kalitesi
- Tanımlayıcı istatistikler, segmentasyon, tahminleme, duygu analizi gibi veri analizi teknikleri
- Müşteri veri analizinin pazarlama, satış, müşteri hizmetleri, ürün geliştirme gibi fonksiyonlarla entegrasyonu



- Müşteri verilerinin güvenliği, gizliliği ve etik kullanımı
- Veri ambarları, büyük veri analitiği, yapay zeka ve makine öğrenmesi uygulamaları

### Ön Koşullar

- Temel düzeyde istatistik ve veri analizi bilgisi
- Müşteri ilişkileri yönetimi deneyimi
- İş zekası ve raporlama araçlarının kullanımına hakimiyet
- Analitik düşünme ve problem çözme becerileri
- 

### Kimler Katılmalı

- Müşteri deneyimi ve CRM yöneticileri
- Pazarlama ve satış ekiplerinin veri analisti üyeleri
- İşletme analitiği ve iş zekası uzmanları
- Ürün ve hizmet yöneticileri
- Stratejik planlama ve karar destek ekipleri
- Girişimciler ve KOBİ sahipleri

### Outline (2 Günlük Eğitim Programı)

#### 1. Gün:

#### **Müşteri Verilerinin Stratejik Önemi**

- Müşteri sadakati, ömür boyu değeri (CLV) ve deneyim iyileştirme
- İşletme performansına etkileri

#### **Müşteri Veri Yönetimi**

- Veri kaynakları ve toplama yöntemleri
- Veri kalitesi ve standardizasyon

#### **Müşteri Verilerinin Analizi**

- Tanımlayıcı istatistikler
- Müşteri segmentasyonu
- Tahminleme modelleri
- Duygu analizi

#### **Veri Analitiği Araçlarının Kullanımı**

- Raporlama ve veri görselleştirme



- İleri analitik teknikler

## **2. Gün:**

### **Fonksiyonel Entegrasyon**

- Pazarlama, satış ve müşteri hizmetleri uygulamaları
- Ürün geliştirme ve operasyonel karar alma

### **Müşteri Veri Yönetişimi**

- Güvenlik, gizlilik ve etik kullanım
- Yasal düzenlemeler ve iç kontrol mekanizmaları

### **Teknolojik Alt Yapı ve Yetenekler**

- Veri ambarları ve büyük veri analitiği
- Yapay zeka ve makine öğrenmesi uygulamaları

### **Müşteri Odaklı Karar Alma ve Sürekli İyileştirme**

- Veri temelli karar alma süreçleri
- Performans izleme ve müşteri deneyimini iyileştirme