Dijital Ajansların Dönüşümü

Dijital ajansların dönüşümü: Dijital alanda yaşanan köklü değişimler, geleneksel ajansların önemini yitirmesine ve yerini yapay zekâ otomasyon ajanslarına bırakmasına neden olmaktadır. Bu dönüşüm, özellikle pazarlama, satış ve dijital dönüşüm ajansları gibi birçok şirketi ya otomasyonu kendi iş süreçlerine entegre etmeye ya da müşterilerini yapay zekâ otomasyon ajanslarına kaptırarak yok olmaya zorlamaktadır.

Bu makaleyi Spotify'da sesli olarak dinlemek için podcast'ine bu linkten ulaşabilirsiniz.

1.1 Geleneksel Ajansların Kaybolma Nedenleri

Geleneksel ajanslar, yapay zekâ ve otomasyonun yükselişi karşısında çeşitli dezavantajlar sergilemektedir:

- **Verimsizlik ve Yüksek Maliyetler:** Yapay zekâ kullanmayan veya otomasyona geçmeyen geleneksel ajanslar, iş süreçlerinde son derece verimsiz kalmaktadır. Bu verimsizlik, müşteriler için yüksek maliyetlere yol açar ve müşteriler artık bu durumu kabul etmemektedir. Örneğin, 20 kişilik bir pazarlama ajansının yaptığı iş, iki kişi ve yapay zekâ ile yapılabilirken, 20 kişilik ekibin insan kaynakları giderleri müşteriye yansıtılmak zorundadır. Bu durum, ajansların karlılık oranlarını düşürerek %10-20 gibi düşük seviyelerde kalmasına neden olabilir ve hatta müşteri ödeme sorunları veya ekonomik koşullar nedeniyle sıfıra inebilir.
- **Düşük Hız ve Ölçeklenebilirlik:** Yapay zekâ modelleri ve teknoloji inanılmaz bir hızla geliştiği için, geleneksel ajansların bu hıza uyum sağlaması imkânsız hale gelmektedir. Otomasyon ve uygulamalarla kolayca yapılabilecek işlerin hala insan gücüyle yürütülmesi, bu ajansları gereksiz kılmaktadır.
- **Küresel Rekabet:** Artık iş yapış şekilleri lokal rekabetin ötesine geçmiştir; müşteriler dünyanın farklı yerlerindeki şirketlerle çok daha hızlı ve kolay bir şekilde çalışabilmektedir. Bu küresel rekabet ortamı, geleneksel ajansların esneklik ve hız eksikliklerini daha da belirginleştirmektedir.

1.2 Yapay Zeka Otomasyon Ajanslarının Yükselişi (DOA – Dijital Otomasyon Ajans Modeli)

Dijital otomasyon ajansları, şirketlere otomasyon ve uygulama kurarak yeni bir iş modeli sunmaktadır. Bu model, geleneksel ajansların ve uygulama sağlayıcılarının kazançlarını birleştirir. Bu ajanslar, sadece genel uygulama geliştirmekten veya hizmet vermekten farklı olarak şirketlere özel otomasyonlar kurmaya veya özel uygulamalar yapmaya odaklanır.

1.3 İş Modelinin Temel Özellikleri ve Gelir Kaynakları

Dijital otomasyon ajansları, çeşitli yollarla gelir elde edebilir:

- **Kurulum Ücretleri:** Ajanslar, kurdukları otomasyonlar veya geliştirdikleri uygulamalar için tek seferlik kurulum ücreti alırlar. Örneğin, bir muhasebeci için geliştirilen faturalandırma uygulaması için tek seferlik 5.000 dolar/euro gibi bir kurulum ücreti alınabilir.
- **Aylık Bakım Ücretleri:** Kurulan sistemlerin sorunsuz çalışması için aylık bakım ücretleri tahsil edilir. Muhasebeci örneğinde aylık 300 euro/dolar bakım ücreti alınır.
- **Başarı Odaklı Komisyonlar (Asıl Kazanç):** Bu, modelin ana gelir kaynağıdır. Ajanslar, müşterilerinin otomasyon sayesinde elde ettiği kazançtan veya iş hacminden komisyon alabilirler. Muhasebeci örneğinde, ajans, muhasebecinin kendi müşterilerine sattığı faturalandırma uygulamasından elde ettiği kazancın %20'sini pasif komisyon olarak alır. Bu, ajansa ayda binlerce euro kazandırabilirken (örneğin 250 müşteri için 4.000 euro pasif kazanç), muhasebeciye de ek gelir sağlar (örneğin 20.000 euro) ve müşterilerini memnun eder. Satış ajansları için ise toplantı başına komisyon (örneğin 20-30 dolar) alınabilir.

1.4 Yapay Zekâ Otomasyon Ajanslarının Sunduğu Avantajlar

Bu ajans modeli, geleneksel yaklaşımlara kıyasla önemli avantajlar sunar:

- **Hız, Verimlilik ve Düşük Maliyet:** Otomasyonlar sayesinde iş süreçleri çok daha hızlı, verimli ve düşük maliyetli hale gelir.
- **Sürekli Entegrasyon ve İnovasyon:** İnsan gücü yerine otomasyonla çalışıldığı için sürekli yenilikler kurgulanabilir ve sistemlere kolayca entegre edilebilir.
- **Gerçek Zamanlı Veri Kullanımı ve Yüksek Entegrasyon Yetenekleri:** Otomasyon ajansları, gerçek zamanlı veri kullanarak kampanyaları kontrol edebilir ve CRM, Google Drive, Excel gibi birçok farklı uygulamayı hızlı bir şekilde birbirine bağlayabilir. Bu sayede, daha küçük bir ekiple, hatta tek bir kişiyle 20 kişilik bir şirketin işlevleri yerine getirilebilir, bu da müşteriye daha uygun fiyatlandırma ve ajansa daha yüksek kâr marjı sağlar.
- **Müşteri Memnuniyeti:** Müşterilerin yeni uygulamalar öğrenmesine veya kapsamlı eğitimler almasına gerek kalmadan, iş süreçleri otomatize edildiği için müşteri memnuniyeti artar. Bir şirketin 10 yılda öğrenebileceği ve yapabileceği iş, bir otomasyon ajansı tarafından tek bir günde çözülebilir.
- **Çözümlerin Kopyalanabilirliği:** Bir şirkete satılan çözümler, kolayca kopyalanarak diğer şirketlere de satılabilir, bu da ajans için ciddi kazanç potansiyeli yaratır.

1.5 Dijital Ajansların Dönüşüm Örnekleri

Dijital otomasyon ajans modeli, birçok farklı sektördeki ajansların iş yapış şekillerini değiştirmektedir:

- **Pazarlama Ajansları:** Reklam yönetimi, sosyal medya içerik planlaması ve SEO gibi zaman alıcı işler (içerik yazımı, kreatif çalışmalar, toplantılar, analizler) otomasyon sistemleri ile yapılabilir. N8N gibi araçlarla blog otomasyonları, sosyal medya otomasyonları ve tüm platformlarda 7/24 paylaşım ve analiz süreçleri otomatikleştirilebilir.
- **Satış Ajansları:** Müşteri bulma, onlara ulaşma ve toplantı ayarlama gibi işler otomasyon botları aracılığıyla yapılabilir. Bu botlar, şirketleri tespit edip, haberlerini kontrol edip, sosyal medyadan paylaşımlar yapabilir veya mesaj/e-posta gönderebilir. Bu sayede 5 kişilik bir satış ekibinin yaptığı işi otomasyon üstlenebilir.
- **Dijital Dönüşüm Ajansları:** Geleneksel şirketlerin dijitale taşınması, markalaşma, görünürlük artırma, belge hazırlama ve sistem kurma (örneğin Excel verilerini CRM'e aktarma) gibi işler, geleneksel yöntemlerle aylarca süren eğitimler ve yüksek maliyetler gerektirebilir. Ancak, bir otomasyon ajansı tüm bu süreçleri çok basit bir otomasyonla tek bir günde çözebilir.

Özetle, dijital ajanslar, yapay zekâ ve otomasyon teknolojilerinin getirdiği verimlilik, hız ve maliyet avantajları sayesinde dijital otomasyon ajanslarına dönüşmekte ve bu yeni model, geleneksel ajansların yerini alarak sektörde lider konuma gelmektedir. Bu dönüşüm, şirketlerin kendi sistemlerini istedikleri hızda ve verimlilikte yönetebilmelerini sağlayan rekabet edilemez bir avantaj sunmaktadır. Bu tür otomasyonları ve kodlama bilmeden uygulama geliştirmeyi öğrenmek isteyenler için videoların ve ek kaynakların (dökümantasyonlar, e-kitaplar) takip edilmesi önerilmektedir.