

# E TİCARET SEKTÖRÜNDEKİ MÜŞTERİLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ VERİ MADENCİLİĞİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ

Takım Üyeleri: Kevser AĞIR - İlyas HALICI - Bünyamin KARAKAŞ  
Tez Danışmanı: Öğr. Gör. Dr. Pınar BABAN



## 1 A M A Ç

Günümüzde teknolojinin ilerlemesi bilgiye olan erişimi kolaylaştırmıştır ve daha geniş kitlelere daha kısa zamanda, daha az maliyetle ulaşabilmektedir. Özellikle büyük firmalar dijital ortamda gün geçtikçe daha fazla veri biriktirmeye başlamıştır. Bu verilerin veri madenciliği algoritmalarıyla üretici ve tüketici açısından verilerin analizinin yapılmasıyla sağlayarak ve irdelenerek anlamlı hale getirilmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışmamızda genç kısım ele alınmış olup, 603 katılımcıya sosyal medya ve elektronik posta yoluyla anket çalışması yapılmıştır. Ankette her katılımcıya 27 adet soru yöneltilmiştir. Ankette kişilerin sosyaeconomik ekonomik özellikleri, kişisel zevkleri ve sanal ortamda yaptıkları alışverişler dikkate alınmıştır. Bu sayede online alışveriş yapan müşterilerin ürün satın alma performansını tahmin eden en iyi sınıflandırma algoritmasının belirlenmesi amaçlanmıştır.

## 2 Y Ö N T E M

Anket sonuçları weka programına yüklenmiş, burada Kenyakın komsu ile sınıflandırma, Kortalamalar yöntemi ile kümeleme yapılmıştır.

## 3 ARAŞTIRMA BULGULARI

A	B	C	D	E
1 Cinsiyetiniz	Kaç yaşıdadınız?	Medeni durumunuz nedir?	Aylık Geliriniz Ne Kadar?	Sanal Alışveriş Mi Yoksa Elden Alışveriş Mi Terch Ediyorsunuz?
2 Erkek	27-30	Bekar	4001-5500 TL	Elden Alışveriş
3 Kadın	23-26	Bekar	5501-7000 TL	Sanal Alışveriş
4 Kadın	18-22	Evi	0-1000 TL	Elden Alışveriş
5 Kadın	18-22	Bekar	0-1000 TL	Sanal Alışveriş
6 Erkek	35 yaş ve üzeri	Evi	2501-4000 TL	Elden Alışveriş
7 Erkek	27-30	Bekar	7001 TL ve üzeri	Sanal Alışveriş
8 Kadın	23-26	Bekar	2501-4000 TL	Elden Alışveriş
9 Kadın	23-26	Bekar	0-1000 TL	Elden Alışveriş
10 Erkek	18-22	Bekar	0-1000 TL	Elden Alışveriş
11 Erkek	23-26	Evi	1001-2500 TL	Sanal Alışveriş
12 Erkek	23-26	Bekar	1001-2500 TL	Sanal Alışveriş
13 Erkek	35 yaş ve üzeri	Evi	1001-2500 TL	Elden Alışveriş
14 Erkek	23-26	Bekar	0-1000 TL	Elden Alışveriş
15 Kadın	23-26	Evi	0-1000 TL	Elden Alışveriş
16 Erkek	18-22	Bekar	0-1000 TL	Elden Alışveriş
17 Kadın	18-22	Bekar	1001-2500 TL	Elden Alışveriş
18 Kadın	18-22	Bekar	1001-2500 TL	Elden Alışveriş
19 Kadın	31-34	Bekar	2501-4000 TL	Sanal Alışveriş
20 Kadın	23-26	Bekar	0-1000 TL	Elden Alışveriş



## S O N U Ç

- Bu verilerden yola çıkarak, sanal alışveriş tercihinin erkeklerde daha yaygın olduğu, özellikle kişilerin aylık geliri arttıkça sanal alışverişe olan güvenlerinin de arttığı saptanmıştır. Yaşlar bazında ele alındığında, 18-26 yaş aralığının (özellikle 18-22 yaş olmak üzere) elden alışveriş tercih ettiği söylenebilir. 26 yaş üzeri kişilerde sanal alışverişe olan ilgi, 35 yaşına kadar doğru orantılı olarak artmaktadır. Bu nedenle sanal alışveriş firmalarının kazanması gereken yaş grubu 18-26 yaş grubudur. Sanal alışveriş firmalarının bu yaş grubundaki kişileri kazanmak için genç kitlenin ilgi alanları doğrultusunda kampanya düzenlemesi, bu müşterileri kazanması adına faydalı olacaktır.
- Alışveriş alışkanlığını etkileyen doğrudan faktörler içerisinde ise sanal alışverişin tercih edilmemesinin en büyük iki etkeni, müşterilerin ürün veya hizmeti test etme imkanının olmaması ile ürünün eline sağlıklı ulaşacağına inanmaması durumları saptanmıştır. Bu doğrultuda sanal alışveriş firmalarının müşterilere ürünü test etme imkanı ve üzerinde herhangi bir sorun çıkması durumda iade güvencesi vermesi müşteri kazanımını sağlayacaktır.
- Bir sanal alışveriş sitesinde müşterilerin en çok dikkat ettiği iki özellik, müşteri yorumları ile ayrıntılı ürün açıklamaları olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda sanal alışveriş firmaları ürünlerin ayrıntılı özelliklerini ve kullanım şekillerini detaylı şekilde açıklaması, bu açıklamayı görsellerle zenginleştirmesi müşteri kazanımını sağlayacaktır.

