

YAPAY ZEKÂ ARACILIĞIYLA TÜKETİCİ DAVRANIŞINI TAHMİN ETMEK

Mayıs 2024



esas
GAYRİMENKUL

esaslabs

Esas Varlık Yönetimi Platformu

Esas Varlık Yönetimi, hizmetlerini çeşitlendirerek ve yeni projelerle büyümeye devam etmektedir.

Esas Varlık Yönetimi, hizmetlerini çeşitlendirerek ve yeni projelerle büyümeye devam etmektedir.

Esas Varlık Yönetimi, kiracı memnuniyetini artırmak, operasyonel verimliliği sağlamak ve sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmak için yenilikçi çözümler ve stratejik yatırımlar ile sektördeki lider konumunu pekiştirmektedir.



Esas Varlık Yönetimi Platformu

Esas Varlık Yönetimi, hizmetlerini çeşitlendirerek ve yeni projelerle büyümeye devam etmektedir.



20 Proje



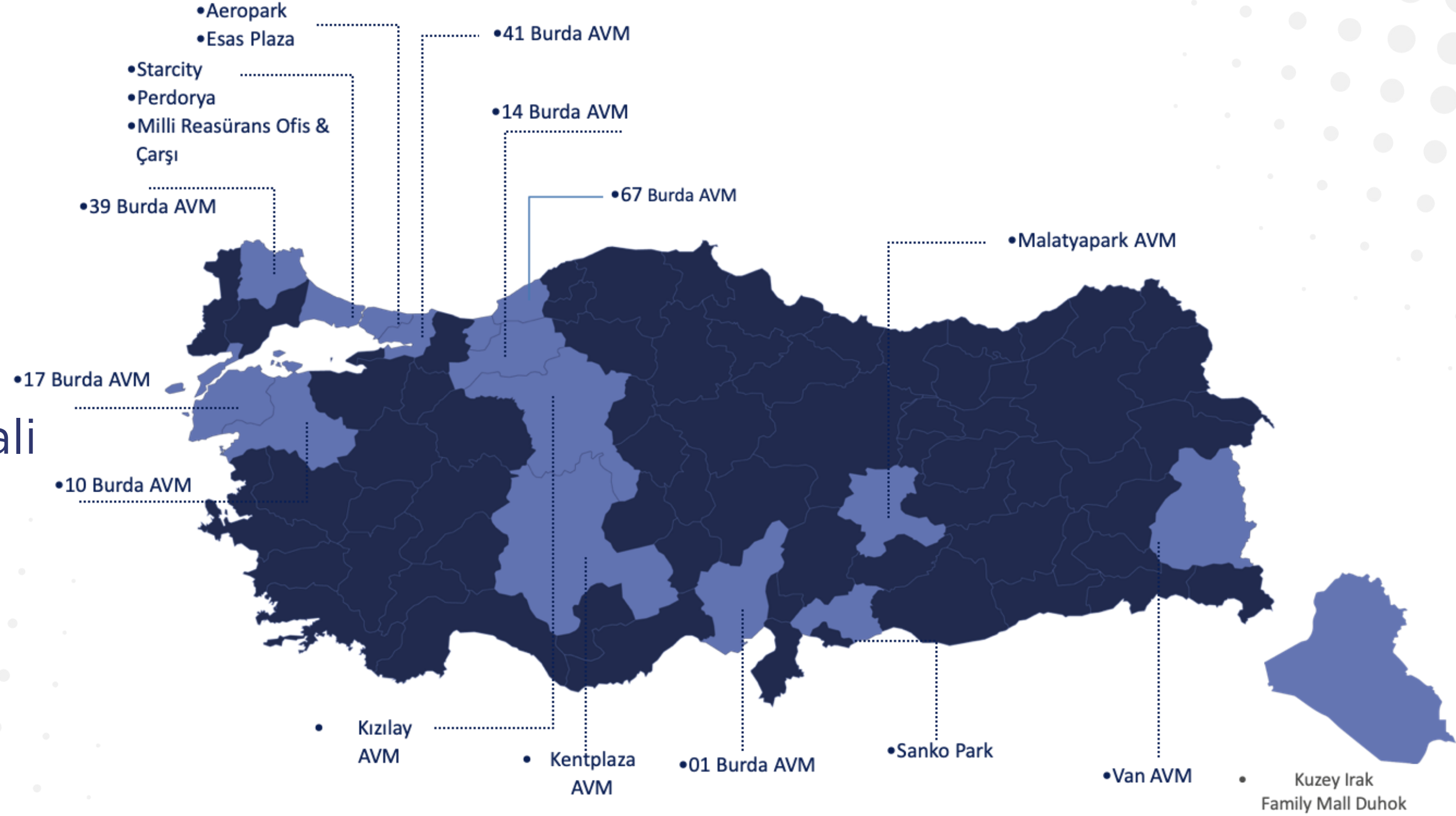
1 Mio m²



5 Güneş
Enerjisi Santrali



%80
Temiz Enerji

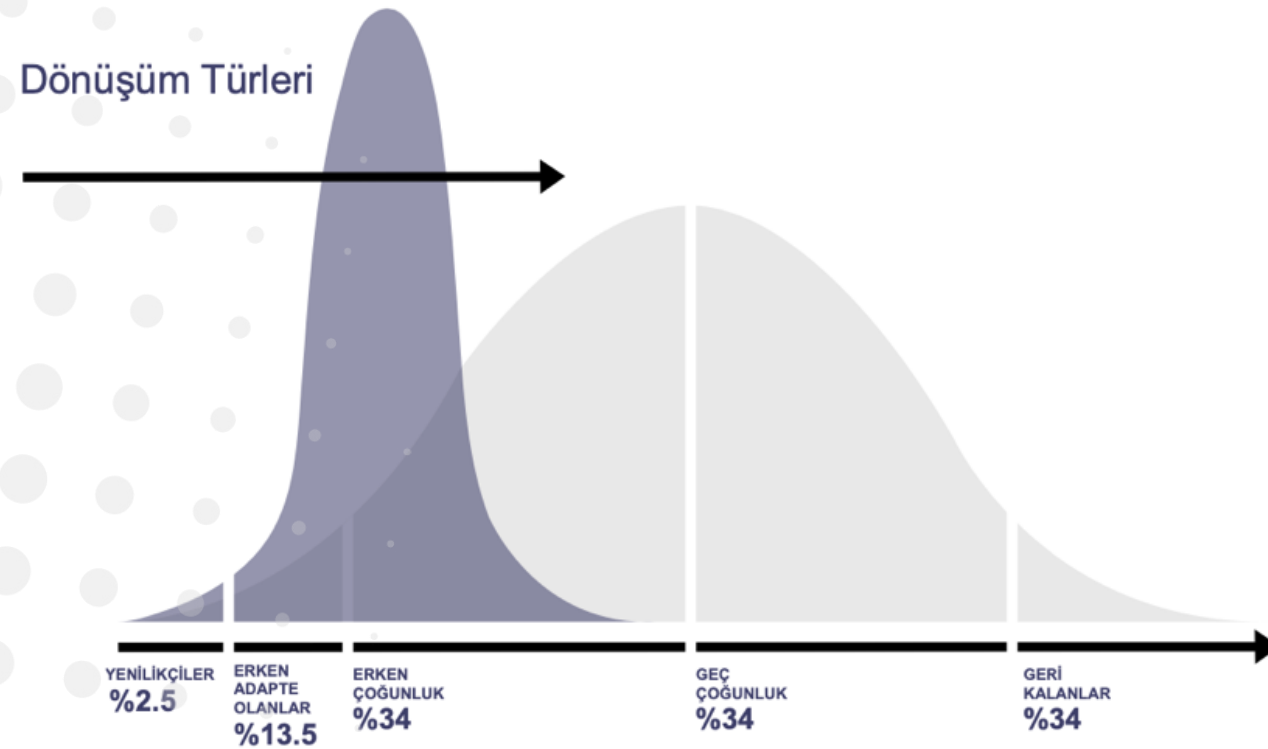


esaslabs

Dönüşümü Doğru Anlayabilmek

Esas Labs, yenilikçi teknolojiler ve veri analitiği çözümleri sunarak iş dünyasında dijital dönüşümü destekleyen bir platformdur.

Amacımız; alışveriş merkezlerinin ve perakendecilerin büyük veri ve yapay zekâ kullanarak daha bilinçli ve stratejik kararlar almasına yardımcı olmaktır. Özellikle alışveriş merkezleri için geliştirdiğimiz çözümler, müşteri davranışlarını ve tercihlerini anlamada büyük avantajlar sağlamaktadır.



esaslabs

Dönüşüme Yanıt Vermenin Dört Yolu

SALDIRI	TAMAMEN ODAKLANMAK	SAVAŞMAK
	FAYDA: Eldeki varlıkları etkin kullanmak RİSK: Bu varlıklar zamanla anlamsız kalabilir	FAYDA: Hızlı davranarak yeni gelenleri oyun dışında tutmak RİSK: İcra etmesi kolay değil, zamanlama hatası ihtimali yüksek
SAVUNMA	ENGELLEMEK	UZAKLAŞMAK
	FAYDA: Ölçek ve lobi gücünü kullanarak yeni gelenleri engellemek RİSK: Paydaşları ikna etmesi kolay değil, uzun vadede düşüş getirir	FAYDA: Yeni pazarlarda fırsatlar aramak RİSK: Çeşitlendirme her zaman işe yaramayabilir ve geri dönmesi zordur
	MEVCUT SEGMENTLERE VE PAZARA ODAKLANMA	YENİ SEGMENTLERE VE PAZARA ODAKLANMA

esaslabs

Esas Labs

Esas Gayrimenkul olarak **tüketicie ilişkin beklentileri anlamak** ve sektörle ilgili konuları derinlemesine incelemek ve sektöre yararlı çıktılar oluşturmak için çalışıyoruz.



Tüketicinin
Motivasyonel
İhtiyaçları



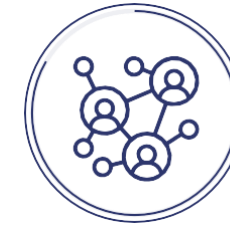
Tüketici
Beklenti ve
Eğilimleri



Davranış
Araştırmaları



Değişen
Tüketici
Segmentleri



Markaların
Dönüşüm ve
Büyüme Fırsatları



Sektörün
Değişim Haritası
Sektörün Katma
Değer Analizi

ESAS LABS ARAŞTIRMALARI

Future Bright, Esas Gayrimenkul

E&Y, Esas Gayrimenkul

Future Bright, Konda, Esas Gayrimenkul

Future Bright, Esas Gayrimenkul

E&Y, Esas Gayrimenkul

Esas Gayrimenkul

E&Y, Esas Gayrimenkul

Future Bright, Esas Gayrimenkul

Esas Gayrimenkul

Sürdürülebilir Büyüme İçin Müşteriyi Tanımak, 2022

AVM Sektörü Finansal Sorunlarına Yaklaşımlar ve Çözüm Önerileri, 2022

Türkiye Alışverişçi Profiline Hayat Tarzları Araştırması, 2023

Orta Yaş Türkiye'si ve Perakende, 2023

Alışveriş Merkezleri Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Hazır mı?, 2023

Geleceğe Hazır Perakende, 2023

Sektörel Sürdürülebilirlik Haritası, 2024

Yapay Zekâ Aracılığıyla Tüketici Davranışlarını Tahmin Etmek, 2024

Perakendeyi Yeniden Tanımlamak, 2024



esaslabs

TEKNOLOJİ DEVRİMİ VE YAPAY ZEKÂ

esaslabs

Tek Kiři
Haneler
5.2 M



Bağlantısız
Beyaz Yakalar
%3,3 (+2) ↑



Evli,
Çocuksuz
Çiftler
%13



Geniş
Aileler ↓
%12,8 (-8)



Mikro Aileler
%40,4



Bekar
Anneler ↑
%10,3 (+3)



esaslabs

Büyük veriyi “Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi” algoritmaları ile işliyor, “Müşteri Ağ Haritaları”na dönüştürüyoruz.

Stratejinize göre belirlenen hedef kitleler ile grupların etkileşim ağlarını inceliyor ve sosyal ağ haritası oluşturuyoruz.

Bu ağ içindeki bağlantıları analiz ederek ilgili kitle içerisindeki organik hesapları belirliyoruz. İnsan ve makine gücü ile daha derin bir analiz sonucunda sosyal ağ analizini ortaya çıkarıyoruz.



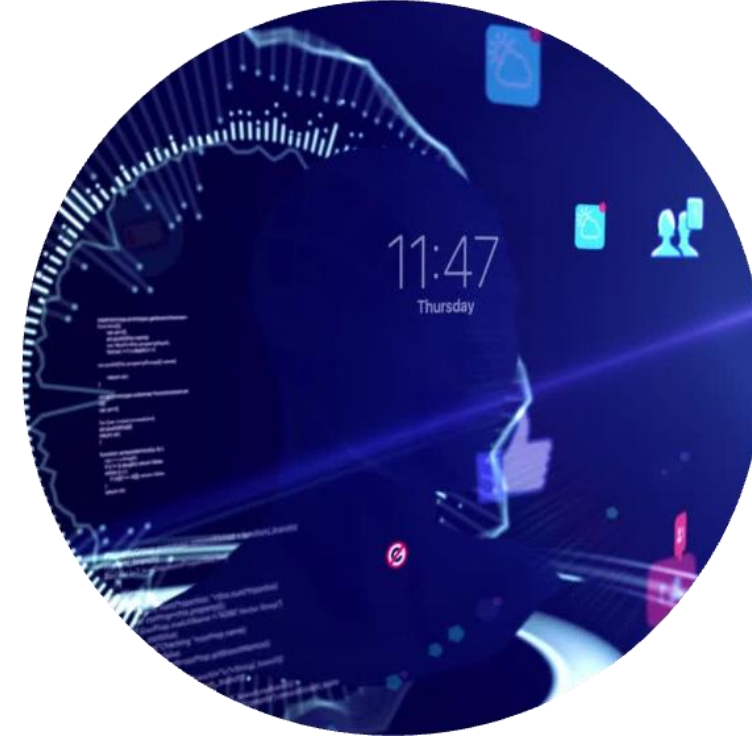
İnsan Davranış Analizi

Esas Labs platformumuzda, alışveriş merkezi içi hareketler, alışveriş alışkanlıkları ve sosyal medya etkileşimleri gibi büyük veri kaynaklarını kullanarak derinlemesine müşteri profilleri oluşturuyoruz.

Yapay zekâ ve makine öğrenmesi algoritmalarımız, bu verileri analiz ederek müşterilerimizin tercih ve alışkanlıklarına dair değerli içgörüler sunuyor.



**BÜYÜK
VERİ**



**YAPAY
ZEKÂ**



**SOSYAL
BİLİMLER**

**İNSAN
DAVRANIŞI
ANALİZİ**

esaslabs

Ne Kadar Büyük Veri İşliyoruz?

Ortalama bir insan saniyede 1.7 megabyte'lık veri ortaya çıkarıyor.

Sadece tek bir mecra da değil, online ve offline tüm mecralarda ortaya çıkan devasa veriyi analiz ediyoruz. Instagram paylaşımları, Tweetler, YouTube yorumları, LinkedIn paylaşımları, Facebook paylaşımları, web siteleri, forumlar, sözlükler, gps...

Kısaca, hedef kitlenizin online ve offline mecralarda açığa çıkardığı milyarlarca veriyi anlamlandırıyoruz.



dish 0.49 bowl 0.28

bowl 0.63

bowl 0.74

bowl 0.40

bottle 0.28

bottle 0.50

wine glass 0.68

wine glass 0.68

chair 0.43

bowl 0.74 bowl 0.26

EsasLabs'de Bu Veriden Nasıl Değer Yaratıyoruz?





| YAPAY ZEKÂ İLE 41 BURDA MÜŞTERİ ANALİZİ

esaslabs

Taradığımız Ekosistem

41 burda AVM hedef kitlesi araştırılması için Türkiye’de incelenen veri sayısı:

14.000’DEN

FAZLA İÇERİK

3500’DEN

FAZLA METİNSEL
İÇERİK

BİNLERCE KİLİT ETKİLİYECİ

**YÜZ BİNLERCE KOCAELİ’DE
YAŞAYAN VATANDAŞIMIZ**

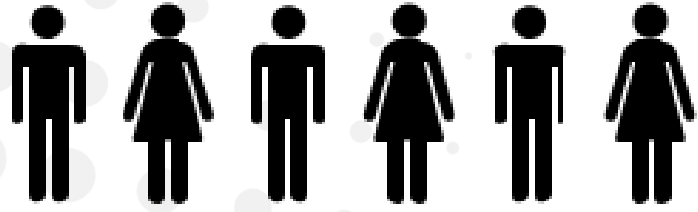


esaslabs

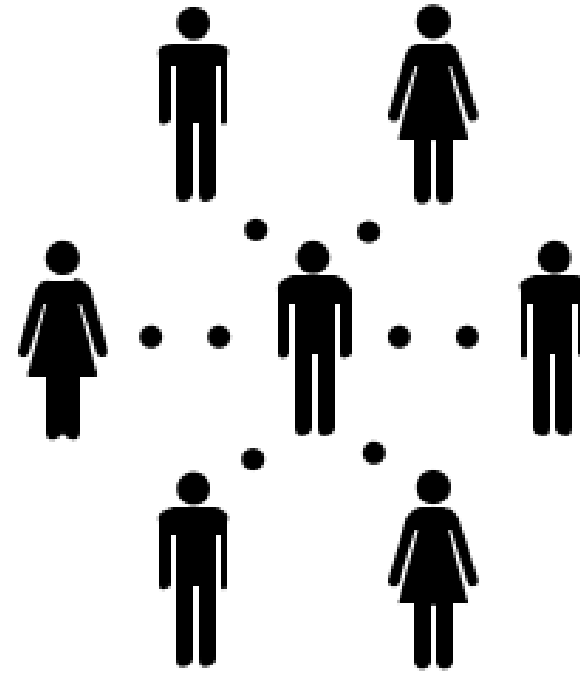


Yapay Zekâ İle Taranan Data Seti

Müşteri Sayısı
12.446



Bağlantı Sayısı
22.402



Oluşturulan
Veri Noktası
246.430



Hedef Kitle, Yaş, Cinsiyet,
Lokasyon, Eğitim Durumu
vb.



41
burda

YAPAY ZEKÂ'NIN TESPİT ETTİĞİ ALİŞVERİŞÇİ PROFİLLERİ



41
burda

Müşteri
Profili



%26

DENEYİMLİ ŞEHİRLİLER



%23

ORTAM MÜDAVİMLERİ



%21

TARZ SİLÜETLERİ



%30

MARİFETLİ SİMYACILAR

esaslabs

Deneyimli Şehirliler

NASIL BİR PROFİL?

"Deneyimli Şehirliler" segmenti 20-45 yaş arasındaki Kocaeli'nin kültürel ve doğal zenginliklerini aktif olarak keşfedenlerden oluşur.

Bu grup, 41 burda AVM'de yer alan yeni açılan restoran ve kafeleri denemeyi, alışveriş merkezinin düzenlediği kültürel ve sosyal etkinliklere katılmayı sever. Aynı zamanda teknolojiyi aktif olarak kullanarak en yeni trendleri takip eder ve yaşadıkları şehrin sunduğu olanakları maksimum düzeyde değerlendirir.

41 burda'nın merkezi konumu ve sunduğu çeşitli imkânlar bu dinamik ve sosyal segmentin sürekli olarak ilgisini çeken özellikler arasında yer alır.



Segmenti oluşturan binlerce insanın görüntüsü anonimleştirilerek, yapay zekâ ve derin öğrenme tabanlı yüz sentezi modeli kullanılarak ortak bir insan görüntüsüne dönüştürülmüştür.

esaslabs

Deneyimli Şehirliler

%26

- 20 – 45 yaş arasında.
- Sosyal bir yetişkin.
- Keşfetmeyi sever.
- Moda ve trendlere hakimdir.
- Doğal zenginliklerini keşfeder.
- Deneyime açıktır.
- Trendleri takip eder.
- Dış görünüşü önemlidir.
- Gastronomiye meraklıdır.
- Yeni lezzetleri keşfetmeye isteklidir.
- Tiyatro, sergi vb. Kültürel etkinlikler önemlidir.
- Müzik dinlemekten hoşlanır.
- Arkadaşları ile sosyalleşir.

3 ÖNEMLİ KONU

İnsanların dijital ayak izlerini oluşturan binlerce veri noktası incelenmiştir. İncelenen veriler insanları tanımlamaya yönelik oluşturduğumuz makine öğrenmesi algoritmaları ve yapay zekâ algoritmaları kullanılarak personalar hakkında detaylı bilgiler elde edilmiştir.

YEME - İÇME KÜLTÜRÜNE MERAKLI:

Bu grup, sürekli yeni restoranlar, kafeler ve barlar keşfetmeyi sever. Farklı mutfakları deneyimlemekten ve yeni lezzetler araştırmaktan keyif alırlar.

Bu ilgi alanı altında şehrin popüler yeme içme mekanlarının sosyal medya hesaplarıyla yerel gurme bloggerlar ve yiyecek içecek ile ilgili influencer'larla etkileşime girerler.

KÜLTÜR VE SANAT TUTKUNU

Kültürel etkinliklere, sergilere, tiyatro oyunlarına ve konserlere büyük ilgi gösterirler. Bu ilgi alanı çerçevesinde sanat galerilerinin, müzelerin ve sanatçıların sosyal medya hesaplarını takip edebilir, etkinlik organizasyonları ve sanat toplulukları ile etkileşimde bulunabilirler.

MODA VE ALIŞVERİŞE İLGİLİ

En son moda trendlerini takip ederler ve stil sahibi olmayı önemserler. Bu ilgi alanı altında popüler giyim markalarının yerel butiklerin ve moda influencer'larının sosyal medya hesaplarıyla etkileşime girerler. Kocaeli ve çevresindeki alışveriş merkezlerinin sosyal medya kampanyalarını takip edebilirler.



KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

- Eğlenmeyi seven, sosyal, rahat, sevecen
- Kaygılı, duygusal, stresli, dengesiz duygulara sahip
- Meraklı, hayal gücü geniş, özgürlükçü, değişimi seven
- Sabırsız, işleri yarım bırakmaya yatkın, amaçsız
- Çabuk sinirlenen, negatif davranmaya yatkın

FAKTÖR

Mesafeli, çekingen, sessiz ve yalnızlığı seven	İçe Dönüklük	DIŞA DÖNÜKLÜK	Diş a Dönüklük	Eğlemeyi seven, sosyal, rahat, sevecen
Tepkileri çok olmayan, sakin, uyumlu, stresle rahat baş edebilen	Tutarlı Duygusal Durum	NEVROTİKLİK	Tutarsız Duygusal Durum	Kaygılı, duygusal, stresli, dengesiz, duygulara sahip
Geneksel, tutucu, değişimi sevmeyen, sıkılgan	Deneyime Kapalı	DENEYİME AÇIKLIK	Deneyime Açık	Meraklı, hayal gücü geniş, özgürlükçü, değişimi seven
Sabırsız, işleri yarım bırakmaya yatkın, amaçsız	Düşük Sorumluluk	SORUMLULUK	Yüksek Sorumluluk	Disiplinli, kontrollü, hırslı, azimli, görev bilinci yüksek
Çabuk sinirlenen, negatif davranmaya yatkın	Düşük Sorumluluk	UYUMLULUK	Yüksek Uyumluluk	İnsancıl, hoşgörölü, yardımsever, cömert

esaslabs

1 | Yeni açılan restoranları, kafeleri ve mekanları denemeyi severler.

“Deneyimli Şehirliler” segmenti yeme-içme kültürüne büyük bir ilgi gösterir. Bu grup, yeni açılan restoranları, kafeleri ve barları deneyimlemeyi ve bu mekanlardaki farklı lezzetleri keşfetmeyi sever. Sosyal aktivitelerini bu tür mekanlarda gerçekleştirmeyi tercih ederler bu da yeme-içme deneyimlerini sosyal bir etkinlik hâline getirir.

%13

“Deneyimli Şehirliler” olarak adlandırılan grubun %13’ü Büşra Çınar (kitabinyesiltonu) ile etkileşime geçiyor.



2 | Şehir içi ve şehir dışı gezilere çıkmaktan hoşlanırlar, yeni yerler keşfetmeye ve farklı deneyimler yaşamaya açıktırlar.

“Deneyimli Şehirliler” segmenti gezi ve keşif faaliyetlerine büyük bir ilgi göstermektedir. Aktif ve meraklı bu yapıları onları sürekli yeni yerler araştırmaya ve farklı maceralar deneyimlemeye teşvik eder.

%14

“Deneyimli Şehirliler” olarak adlandırılan grubun %14’ü Betül Taşkiran ile etkileşime geçiyor.



Asena Yaşar Çiftçi

39K takipçi

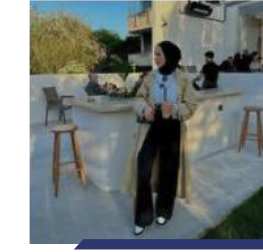
www.instagram.com/negezersenkendine



Kocaelide Napsak

53K takipçi

www.instagram.com/kocaelindenapsak



Sümeyra Çalık

41K takipçi

www.instagram.com/sumeyracalik



Kocaeli Gezgince

158K takipçi

www.instagram.com/negezersenkendine



Sakarya Gezi ve Mekan Rehberi

229K takipçi

www.instagram.com/sakaryayi.kesfet



İzmit'i Gez

184K takipçi

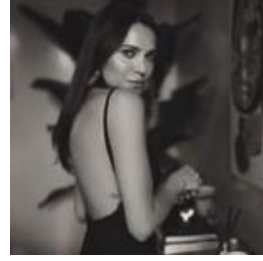
www.instagram.com/izmitigez

esaslabs

3| Son moda ürünleri takip eder ve stil sahibi olmayı önemserler.

“Deneyimli Şehirliler” segmenti moda ve alışverişe büyük bir tutkuyla bağlıdır. Stil sahibi olmak için gereken özeni gösterirler ve bu nedenle sıklıkla alışveriş yaparlar. Yeni sezon ürünlerini, özel koleksiyonları ve popüler markaları keşfetmek onların modayı yakından izlemelerini ve trendleri kendi tarzlarına entegre etmelerini sağlar.

%12 “Deneyimli Şehirliler” olarak adlandırılan grubun %12’si Yasemin Öğün ile etkileşime geçiyor.



4| Hafta sonlarını ve boş zamanlarını değerlendirirken eğlence ve dinleme aktivitelerine önem verirler.

“Deneyimli Şehirliler” segmenti boş zamanlarını ve hafta sonlarını değerlendirirken eğlence ve dinlenme aktivitelerine büyük önem verir. Bu grup, yoğun iş ve sosyal hayatlarının stresini atmak ve yeniden enerji toplamak için çeşitli aktivitelerle vakit geçirir. Bu, onları hem fiziksel hem de zihinsel sağlıklarını desteklerken sosyal bağlarını da güçlendirir böylece mutlu ve dengeli bir yaşam sürdürmelerine yardımcı olur.

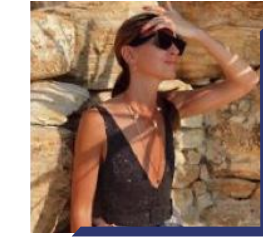
%14 “Deneyimli Şehirliler” olarak adlandırılan grubun %14’ü Betül Taşkiran ile etkileşime geçiyor.



Stil Magazine
260K takipçi
www.instagram.com/stilmagazine



Zara
61.7M takipçi
www.instagram.com/zara



Hande Can
226K takipçi
www.instagram.com/gardiropgurusu



Aytepe Park
42K takipçi
www.instagram.com/aytepepark



Sedat Karaaslan
163K takipçi
www.instagram.com/karaaslankamping



Marangoz Bahçe Kafe
112K takipçi
www.instagram.com/maragozbahcekafe

esaslabs

5| Sergiler, tiyatro oyunları, konserler ve festivaller **gibi kültürel etkinliklere aktif** olarak katılırlar.

“Deneyimli Şehirliler” segmenti kültür ve sanata derin bir ilgi duyar ve bu alandaki etkinliklere aktif olarak katılım gösterir. Bu grup, sergiler, tiyatro oyunları, konserler ve çeşitli festivaller gibi kültürel aktiviteleri sıkça ziyaret eder bu tür etkinlikler onlar için hem bilgi edinme hem de eğlence kaynağıdır. Bu aktiviteler, onların yaşam kalitelerini artırır ve zengin bir sosyal hayat sürmelerine yardımcı olur.

%17 “Deneyimli Şehirliler” olarak adlandırılan grubun %17’si Hayal Kahvesi Kocaeli ile etkileşime geçiyor.



6| **Görünümlere önem verir** ve bu alanda sürekli kendini geliştirmeyi amaçlar.

“Deneyimli Şehirliler” segmenti kişisel bakımına ve görünümüne büyük önem verir bu alanda kendini sürekli geliştirmeyi hedefler. Bu grup, estetik ve sağlıklı bir yaşam tarzını benimseyerek düzenli cilt bakım rutinleri, saç bakımı ve dengeli diyet programlarına özen gösterir, en yeni güzellik trendlerini ve sağlık ürünlerini denemekten çekinmezler. Bu ilgi, onların hem fiziksel hem de ruhsal olarak kendilerini iyi hissetmelerini sağlar ve toplum içinde kendine güvenen ve bakımlı bireyler olarak görünmelerine katkıda bulunur.

%14 “Deneyimli Şehirliler” olarak adlandırılan grubun %14’ü Cemile Kalyoncu ile etkileşime geçiyor.



Kocaeli Şehir
Tiyatroları
23K takipçi
www.instagram.com/kocaelisehirtiyatrosu



Kocaeli Konser
61.7M takipçi
www.instagram.com/zara



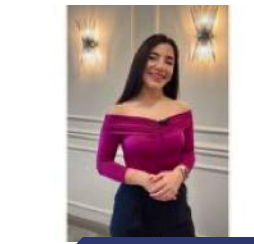
Jolly Joker Kocaeli
226K takipçi
www.instagram.com/kocaeli.jollyjoker



Nurgül Altuntaş
24,6K takipçi
www.instagram.com/drnurgulaltuntas



Serval Hair
Design Studio
163K takipçi
www.instagram.com/servalhairdesignstudio



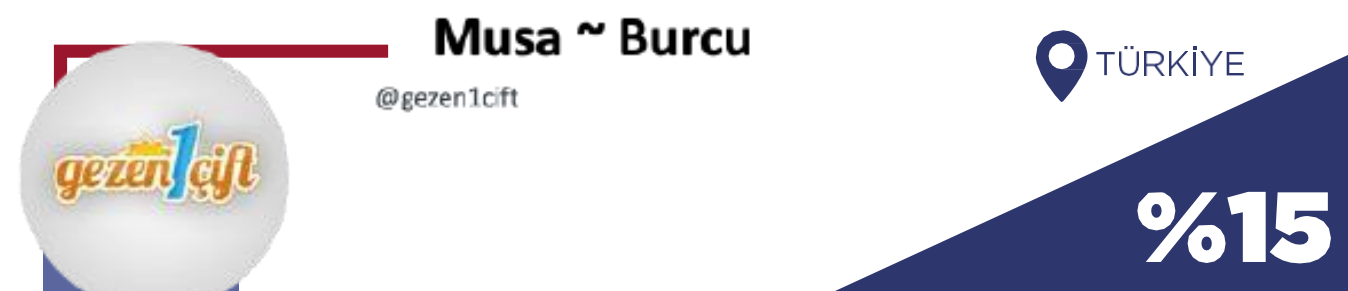
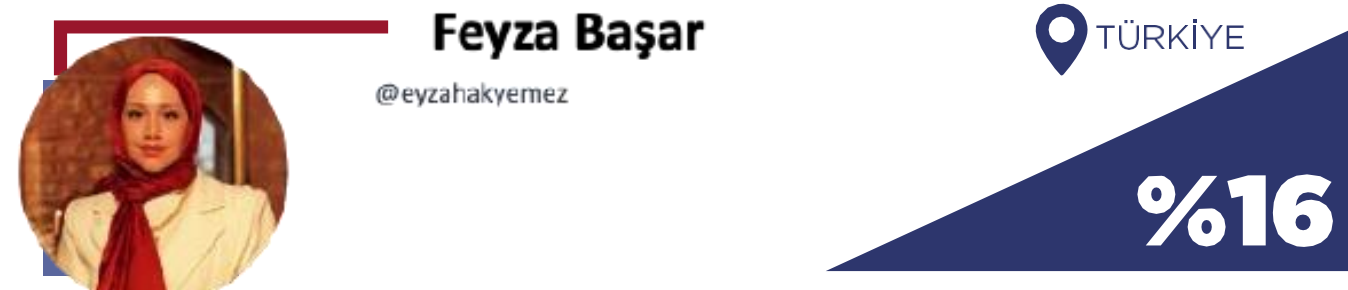
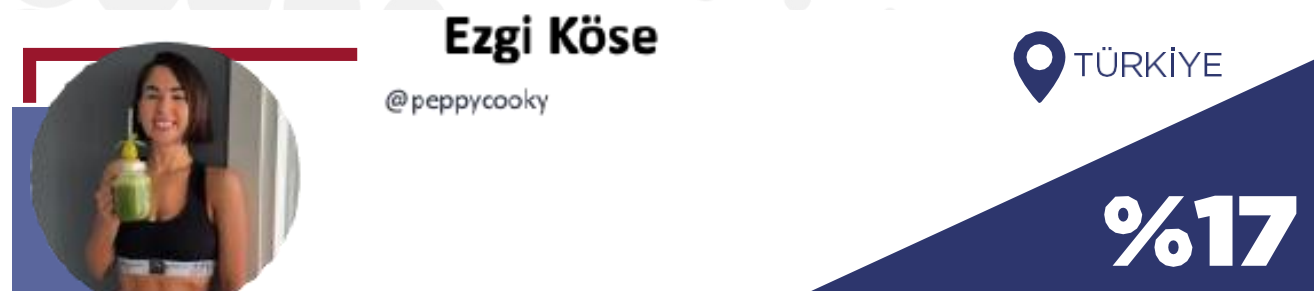
Zeliha Yıldız Alagöz
112K takipçi
www.instagram.com/dytzelihaalagöz

esaslabs

Deneyimli Şehirliler / Kilit Etkiliyiciler

Müşteri Profili

HEDEF KİTLENİN
ETKİLEŞİM ORANLARI



esaslabs

Değerler yuvarlanmıştır. Hedef Kitlenin Etkileşim Oranı: Kullanıcılar için oluşturulan sosyal ağ mekanizması içerisindeki yüzdesel ağırlığı temsil eder.

Tarz Siluetleri

NASIL BİR PROFİL?

"Tarz Siluetleri" segmenti 41 burda AVM'yi ziyaret eden genç, **trendleri ve moda akımlarını yakından takip ederler.**

Bu grup, **sosyal medya platformlarını etkin kullanarak** yaşadıkları deneyimleri aktif bir şekilde paylaşır ve nano influencer gibi davranışlar sergiler. Moda ve yeni ürünlere büyük ilgi gösterirler, **magazin ve ünlü kültürünü takip ederler ve sosyalleşmeyi** önemserler. AVM içinde sıkça zaman geçirebilir ve bu dışa dönük bireyler alışveriş merkezini gezmeyi, **yeni ürünleri** keşfetmeyi ve arkadaşları ile vakit geçirmeyi severler. Bu da onları AVM için değerli bir hedef kitle yapar. Bu segment, AVM'nin moda odaklı etkinliklerini ve sosyal imkânlarını aktif olarak değerlendirir, bu da onların AVM'ye olan bağlılığını artırır ve AVM'nin sosyal medya üzerindeki görünürlüğünü güçlendirir.

02 41 burda AVM Müşteri Profili



Segmenti oluşturan binlerce insanın görüntüsü anonimleştirilerek yapay zekâ ve derin öğrenme tabanlı yüz sentezi modeli kullanılarak ortak bir insan görüntüsüne dönüştürülmüştür.

esaslabs

Tarz Siluetleri

%21

- Kadın üniversite öğrencisi veya mezunu.
- Moda trendlerini takip eder.
- Moda blogları ve dergileri ile etkileşime geçer.
- Kişisel bakımına önem verir.
- Popüler kültüre hakimdir.
- Kafe ve restoranlarda vakit geçirir.
- Sosyalleşmeyi sever.
- Markaları keşfetmeyi sever.
- Sosyal medyada aktiftir.
- İçerik üretmeyi sever.
- Uygulamaları kullanır.

3 ÖNEMLİ KONU

İnsanların dijital ayak izlerini oluşturan binlerce veri noktası incelenmiştir. İncelenen veriler insanları tanımlamaya yönelik oluşturduğumuz makine öğrenmesi algoritmaları ve yapay zekâ algoritmaları kullanılarak personalar hakkında detaylı bilgiler elde edilmiştir.

MODA MERAKLISI

Bu segment, sürekli olarak en son moda trendlerini takip eder ve bunları kendi stilinde uygular.

Bu ilgi alanı altında popüler moda markalarının, yerel ve uluslararası moda tasarımcılarının sosyal medya hesaplarını aktif olarak takip ederler.

SOSYAL MEDYA AKTİFLİĞİ VE İÇERİK ÜRETİMİ

Bu grup, yaşadıkları deneyimleri takipçileriyle paylaşmayı sever bu yüzden özellikle Instagram gibi görsel ağırlıklı platformlarda yoğun olarak aktiftirler. Fotoğraf ve videolarını düzenlemek için popüler uygulamaları kullanır ve bu süreçte çeşitli fotoğrafçılık ve video düzenleme araçlarının yanı sıra içerik oluşturma ipuçları sunan influencer'larla etkileşime girerler.

ÜNLÜ VE MAGAZİN TAKİBİ

Popüler kültür, ünlülerin hayatları ve moda ile ilgili magazin haberlerine büyük ilgi gösterirler. Bu ilgi alanı altında ünlülerin ve pop kültür influencer'larının sosyal medya hesaplarını takip ederler. Ayrıca magazin haberleri sunan medya platformları ve eğlence ile ilgili içerik üreten YouTube kanallarıyla da etkileşim içinde olurlar.



KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

- Eğlenmeyi seven, sosyal, rahat, sevecen
- Kaygılı, duygusal, stresli, dengesiz duygulara sahip
- Meraklı, hayal gücü geniş, özgürlükçü, değişimi seven
- Sabırsız, işleri yarım bırakmaya yatkın, amaçsız
- Çabuk sinirlenen, negatif davranmaya yatkın

FAKTÖR

Mesafeli, çekingen, sessiz ve yalnızlığı seven	İçe Dönüklük	DIŞA DÖNÜKLÜK	Diş a Dönüklük	Eğlemeyi seven, sosyal, rahat, sevecen
Tepkileri çok olmayan, sakin, uyumlu, stresle rahat baş edebilen	Tutarlı Duygusal Durum	NEVROTİKLİK	Tutarsız Duygusal Durum	Kaygılı, duygusal, stresli, dengesiz, duygulara sahip
Geneksel, tutucu, değişimi sevmeyen, sıkılgan	Deneyime Kapalı	DENEYİME AÇIKLIK	Deneyime Açık	Meraklı, hayal gücü geniş, özgürlükçü, değişimi seven
Sabırsız, işleri yarım bırakmaya yatkın, amaçsız	Düşük Sorumluluk	SORUMLULUK	Yüksek Sorumluluk	Disiplinli, kontrollü, hırslı, azimli, görev bilinci yüksek
Çabuk sinirlenen, negatif davranmaya yatkın	Düşük Sorumluluk	UYUMLULUK	Yüksek Uyumluluk	İnsancıl, hoşgörölü, yardımsever, cömert

esaslabs

1 | Sürekli olarak en **son moda trendlerini** takip eder ve bunları kendi stilinde uygular.

"Tarz Siluetleri" segmenti moda dünyasındaki en son trendleri sürekli olarak takip eder. Bu grup, modayı yakından izleyerek yeni çıkan kıyafetleri, aksesuarları ve stil yönergelerini deneyimlemekten keyif alır. Moda dergileri, moda gösterileri, influencer paylaşımları ve online moda platformları aracılığıyla güncel trendler hakkında bilgi edinirler. Bu süreçte, aynı zamanda aktif olarak moda dünyasına katkıda bulunarak kendilerini ifade etmenin bir yolu olarak görürler.

%16 "Tarz Siluetleri" olarak adlandırılan grubun %16'sı Pelin Şenoğlu ile etkileşime geçiyor.



2 | Instagram gibi platformlarda yoğun olarak aktif olup **yaşadıkları deneyimleri** takipçileriyle paylaşır.

"Tarz Siluetleri" segmenti sosyal medya platformlarında, özellikle Instagram'da son derece aktiftir ve bu platformları günlük yaşantılarını, deneyimlerini ve stil anlayışlarını geniş bir izleyici kitlesiyle paylaşmak için kullanırlar. Takipçileriyle etkileşimde bulunurlar. Sosyal medya onlar için sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bir etkileşim, ilham ve etki alanıdır.

%15 "Tarz Siluetleri" olarak adlandırılan grubun %15'i Ahmet Balat ile etkileşime geçiyor.



Sima Saruhan
75K takipçi
www.instagram.com/simasaruhan



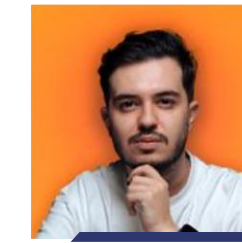
Yes Please!
183K takipçi
www.instagram.com/aliyorumm



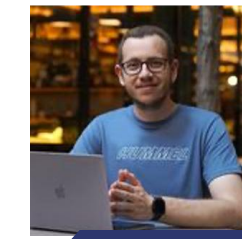
Muhafazakar
Kombi Rana
164K takipçi
www.instagram.com/muhafazakarkombi



Dilara Soysal
11K takipçi
www.instagram.com/didijital



Muratcan İçdağ
104K takipçi
www.instagram.com/muratcanicdag



Oğuz Veli Yavaş
96K takipçi
www.instagram.com/oguzveliyavas

esaslabs

3| Alışveriş sırasında ve etkinliklerde fotoğraf çekip bunları sosyal medyada paylaşır, içerik üretimi yapar.

“Tarz Siluetleri” segmenti alışveriş ve sosyal etkinlikler sırasında yüksek kaliteli fotoğraf ve içerik üretimi yaparak bu görselleri sosyal medya platformlarında paylaşmaktan keyif alır. Bu grup, estetik açıdan zengin içerikler oluşturarak günlük deneyimlerini, stil önerilerini ve kişisel yaşamlarını çarpıcı görsellerle birleştirir. Böylece takipçileriyle etkileşimi artırır ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşır. Bu içerik üretimi, onların sosyal medya varlığını güçlendirir ve dijital dünyada bir etki yaratmalarına olanak tanır.

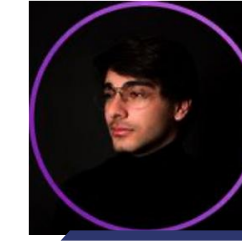
%10 “Tarz Siluetleri” olarak adlandırılan grubun %10’u CapCut ile etkileşime geçiyor.



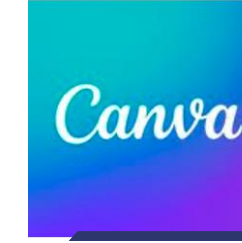
4| Popüler kültür, ünlülerin hayatları ve moda ile ilgili magazin haberlerini takip eder.

“Tarz Siluetleri” segmenti popüler kültürün nabzını tutar ve ünlülerin hayatları, onların moda tercihleri ve magazin haberleriyle sürekli ilgilenir. Moda dergileri, çevrim içi magazin siteleri, sosyal medya platformları ve televizyon programları aracılığıyla en son dedikoduları, ünlü röportajlarını ve kırmızı halı etkinliklerini takip ederler. Böylece hem modaya uyum sağlarlar hem de popüler kültür konusunda güncel kalırlar.

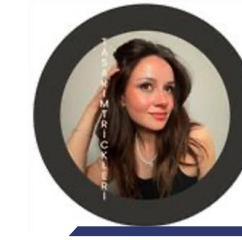
%16 “Tarz Siluetleri” olarak adlandırılan grubun %16’sı TEMİZ MAGAZİN, TEMİZ GÜNDEM ile etkileşime geçiyor.



Burak Harman
23K takipçi
www.instagram.com/grafikburak



Canva Türkiye
63K takipçi
www.instagram.com/canva_tr



Selin Deviren
26K takipçi
www.instagram.com/tasarimtrickleri/



yorumifşa
420K takipçi
www.instagram.com/yorum.ifsa



Gazete Magazin
2,1M takipçi
www.instagram.com/gazetemagazin



Gossip Pasta
483K takipçi
www.instagram.com/gossippastanew

esaslabs

5|Yeni teknoloji ve uygulamalara hızlı bir şekilde adapte olur, bu araçları günlük yaşamında etkin kullanır.

Bu grup, en yeni akıllı telefonlar, uygulamalar ve diğer dijital araçları günlük yaşamlarında aktif olarak kullanır. Sürekli değişen dijital trendleri takip ederek bu yenilikleri kendi yaşam tarzlarına entegre ederler bu da onların etkin ve verimli bir şekilde iletişim kurmalarını, bilgi edinmelerini ve sosyal ağlarını genişletmelerini sağlar.

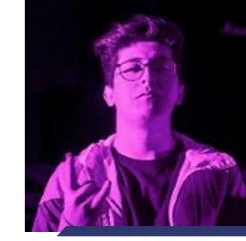
%14 “Tarz Siluetleri” olarak adlandırılan grubun %14’ü Ekin Kollama ile etkileşime geçiyor.



6|Kişisel bakımına büyük önem verir.

“Tarz Siluetleri” segmenti kişisel bakım ve güzellik konularına büyük bir özen gösterir ve bu alanda kendilerini sürekli geliştirirler. Bu grup, cilt bakımı, saç bakımı ve diğer güzellik rutinlerine düzenli olarak zaman ayırır bu süreçlerde en yeni ürünleri ve trendleri denemekten çekinmezler. Güzellik ve bakım ürünleri konusunda bilinçli seçimler yapar ve piyasaya sürülen yenilikleri yakından takip eder.

%21 “Tarz Siluetleri” olarak adlandırılan grubun %21’i Gratis ile etkileşime geçiyor.



Onur Naci Öztürkler
303K takipçi
www.instagram.com/spunkram



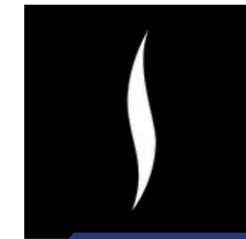
Hakan Sezginel
648K takipçi
www.instagram.com/hakansezginel/



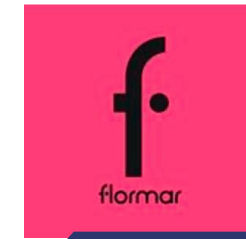
İdriscan Ocakdan
508K takipçi
www.instagram.com/idriscanocakdan/



Sephora Türkiye
891K takipçi
www.instagram.com/sephoraturkiye



MAC Cosmetics
Türkiye
723K takipçi
www.instagram.com/maccosmeticsturkiye/



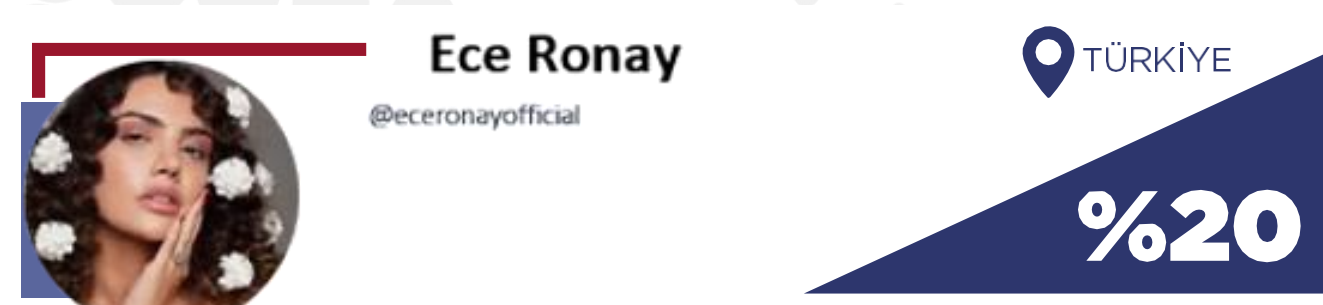
Flormar Türkiye
845K takipçi
www.instagram.com/flormarturkiye/

esaslabs

TARZ SİLÜETLERİ/Kilit Etkiliyiciler

Müşteri Profili

HEDEF KİTLENİN
ETKİLEŞİM ORANLARI



ESAS GAYRİMENKUL OPTI-CHANNEL ÇÖZÜMLER

esaslabs

Esas PropTech Platformu / Platform as a Service

Odağımız; ticari gayrimenkul yönetiminde dijital dönüşüm ve tüketici deneyimini geliştirmek.

B2B2C



- Online-Offline-Online Müşteri Yolculuğu
- Derin Veri Analizi
- Yapay Zekâ ile İleri Düzey İlgörü ve Tahminleme
- Kişiselleştirilmiş Tüketici Deneyimi

B2B



- Tek Bir Ortak Platformda Tüm Verilerin Analizi
- Erişilebilir İlgörü
- Üst Düzey Görünürlük
- Yapay Zekâ ile İleri Düzey İlgörü ve Tahminleme
- Kişiselleştirilmiş Tüketici Deneyimi



- İleri Düzey Ziyaretçi Analizi
- Ziyaretçi Trafik Analizi
- Gerçek Zamanlı Etki Analizi

esaslabs

| ÖZETLE

esaslabs



DESCRIPTIVE



PREDICTIVE



PRESCRIPTIVE

esaslabs

YAPAY ZEKÂ İLE BÜTÜNSEL
GÖRÜYORUZ.
AVM TEKNOLOJİLERİMİZ İLE
AVM İÇİNDEKİ DÖNGÜYÜ
UÇTAN UCA, TÜMÜYLE
GÖRÜYORUZ.



AMA HÂLÂ EN ÇOK YATIRIM
YAPTIĞIMIZ YER SOSYAL
BİLİMLER OLACAK.



ÇÜNKÜ DAVRANIŞLARIN
ARKASINDAKİ DERİN
MOTİVASYONLARIN
PEŞİNDEYİZ.



SADECE SONUÇLARIN
DEĞİL, ASLINDA
SEBEPLERİN PEŞİNDEYİZ.
İNSANIN KENDİSİNİN BİLE
FARKINDA OLMADIĞI
DERİN MOTİVASYONLARIN.

İTEŞEKKÜRLER

esaslabs