

VERİ MADENCİLİĞİ'NE GİDEN YOL

Türkiye'nin bilgi teknolojileri geçmişi kişisel bilgisayarların yaygınlaşması ile başlar. Özellikle 90'ların başında bilgisayarın büyük kuruluşların tekelinden çıkması ve küçük işletmelerle evlere girmeye başlamasıyla otomasyona geçiş sürecine girilir. 2000'li yıllara kadar bazı kuruluşlar otomasyon geçişlerini tamamlar ve yeni ihtiyaçları ortaya çıkar. Tam bu sırada imdada – daha önce var olmasına rağmen yüksek maliyetleri nedeniyle pek çok kurumun erişemediği – veri ambarları yetişir. Otomasyon ile kontrol altına alınan veri, geriye dönük olarak biriktirilmeye ve belirli bir büyüklüğe ulaştığı zaman raporlanmaya başlanır. Bu da yeni bir ihtiyacı beraberinde getirir. “Elimdeki verinin anlamı nedir? Bu bilgiler bana ne yapmamı söylüyor?” soruları yavaş yavaş belirmeye başlar. Henüz herkes tarafından farkedilmiş olmasa da veri madenciliği belirli bir veri ve müşteri büyüklüğündeki kuruluşlar için birincil ihtiyaçtır.

Şimdi veri madenciliğine giden yolun detaylarına hep beraber bakalım:

Otomasyon

Büyük organizasyonların standartizasyon, süreç kontrolü, insan kaynağı tasarrufu, çok tekrar eden işlemleri başarabilmek amaçlarıyla otomasyona ihtiyaç duyarlar. Finans, sigorta, ulaşım, imalat, vb. sektörler bunların başında gelir. Otomasyon olmasaydı, kredi kartı gibi bir ödeme aracının var olması, havayolu şirketlerinin aktarmalı rezervasyon yapması bile söz konusu olamazdı.

Veri biriktirme ve raporlama

Mevcut süreç ve ürünlerini otomasyona almış müşteriler ise bir yandan bu süreçleri iyileştirirken diğer yandan – Finans ve sigorta şirketleri en çok bu dönemde yeni ürünler çıkarmıştır. - oluşan veriyi depolamaya başlar. İlk dönemde saklanan veri aylar mertebesindeyken; önce data kartuşlarının sonrasında ise büyük SAN'lerin (Storage Area Network) etkisiyle saklama penceresi genişler. Böylelikle sadece depolama amaçlı dizayn edilmiş günümüz veri ambarları oluşur. Diğer yandan verinin değerini gören düzenleyici kurumlar tüketiciye karşı direk sorumluluğu olan sektörlerle – bankacılık ve sigortacılık gibi – veri saklama sürelerini belirleyen düzenleyici kurallar getirir.

Bugünün teknolojiyle desteklenen veri ambarlarının 1 saniyeden az bir gecikmeyle ayna (mirror) alanlara kopyalanması, OLAP küpleri yardımıyla farklı boyutlarda hızlı şekilde raporlanması mümkün olmuştur.

Analiz – Veri Madenciliği

Raporlama ürünlerinde geline bu ileri seviye günlük yönetim ihtiyaçlarını cevap verirken kurumların stratejik ihtiyaçlarını doyuramaz. Yıllar ile ifade edilebilecek uzun vadeli hedefler koymak ve hedefleri monitör etmek için daha akıllı yapılara ihtiyaç vardır. İşte tam bu noktada analiz devreye girer.

“En karlı müşterilerim kimler?” sorusunu raporlama araçları cevaplayabilirken “En değerli müşterilerim kimler?” sorusunun cevabını ancak veri madenciliği verebilir. Bir müşterinin bu güne kadar karlı olması bu karlılığının devam edeceğini garanti edemez. Bugünün karsız ya da orta seviyede karlı müşterileri uzun vadede daha büyük değer katabilirler. Ayrıca müşterinin değeri direk katkı ve dolaylı katkı olarak iki ayrı başlıkta incelenmelidir. Dolaylı katkıyı netleştirmek gerekirse; Sanayi Odası Başkanı'nın kurumun müşterisi olması müşteri adaylarına olumlu bir mesaj gönderecek ve yeni müşteriler de

kuruma kar getirecektir. Sanayi Odası Başkanı'nın mevcut karlılığı gerçek değerini göstermek için yeterli değildir.

Veri madenciliği kurumun en değerli müşterilerini gösterebileceği gibi, en az değerli – yani uzun vadede en zararlı – müşteri segmentini de gösterebilir. Özellikle müşterilerinden alacaklı durumdaki kurumlara müşterilerinin ileriye dönük batma olasılığını (Probability of Default) göstermek çok değerli olacaktır. Kuzey Amerika Kıtası'nda başlayan risk tabanlı fiyatlandırma (risk based pricing) Avrupa kıtasında da suratile yayılmaktadır. Şu an Türkiye'de yaygın olan tüm müşteriler için tek fiyat uygulaması iyi müşteriye cezalandırıp rakiplere yönlendirirken, kötü müşterilerin kurumlara öngörülenden fazla zarar vermesi için açık noktalar bırakmaktadır.

Türkiye'de yüksek müşteri veya işlem (transaction) sayısı ile çalışan şirketlerin çoğu otomasyon süreçlerini tamamlamıştır. Şu an bir çoğu veri biriktirme ve raporlama aşamasında rapor kümelerini oluşturmaya çalışmaktadır. Fakat geçmişe yönelik olan bu raporlara bakmak geleceğe dönük kararlar almak için yeterli değildir. Özellikle yabancı sermaye ile desteklenen, teknolojiyi ve trendleri yakından takip eden bir kısım şirketler ise veri madenciliği üzerine araştırmalarına başlamıştır. Yabancı sermaye ile birlikte yabancı rakiplerinde çoğaldığı Türkiye piyasasında hayatta kalabilmek için şirketlerimizin bu rakiplerinin silahlarına sahip olması şarttır.

Ahmet Kocamaz
Crede Danışmanlık
Yönetici Ortağı