



IX. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

24-25 Ekim 2025 | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

<https://www.ulk.ist/>



Yapay Zekâ Destekli Lojistik ve Pazarlama Süreçleri: Yerelden Küresele Dijital Dönüşümün Stratejik Katkıları

Kemal Gökhan Nalbant

Dr. Öğr. Üyesi,

Istanbul Beykent Üniversitesi

kemalnalbant@beykent.edu.tr

Sevgi Aydın

Dr. Öğr. Üyesi,

Istanbul Beykent Üniversitesi

sevgiaydin@beykent.edu.tr

Özet

Küreselleşme, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gereksinimleri, lojistik ve pazarlama alanlarında köklü bir dönüşümü tetiklemektedir. Bu çalışmada, yapay zekâ (YZ) ve veri odaklı teknolojilerin Lojistik 4.0 çerçevesinde talep tahmini, rota optimizasyonu, stok-depo yönetimi, tedarik zinciri izlenebilirliği ve müşteri deneyimi gibi süreçlere sağladığı katkılar alan yazın temelli olarak incelenmektedir. IoT, büyük veri analitiği, bulut bilişim, blokzincir, otonom sistemler, akıllı depolar, CPS ve AR/VR gibi bileşenlerin entegrasyonunun; maliyetleri düşürme, hız ve güvenilirliği artırma, şeffaflık ve çevresel sürdürülebilirliği destekleme potansiyeli tartışılmaktadır. Pazarlama boyutunda YZ; kişiselleştirme, davranış analitiği, içerik/SEO otomasyonu, chatbot tabanlı hizmet ve kampanya optimizasyonu ile müşteri odaklı stratejilerin yeniden tasarlanmasını mümkün kılmaktadır. Çalışma, lojistik ile pazarlamanın bütüncül YZ entegrasyonunun yerelden küresele rekabet gücünü güçlendiren stratejik bir kaldıraç sunduğunu vurgulamakta; uygulayıcılara entegrasyon mimarisi ve yönetim açısından yol gösterici bir çerçeve önermektedir.

Anahtar Kelimeler:

Yapay zekâ, lojistik 4.0, dijital dönüşüm, pazarlama, sürdürülebilirlik

AI-Driven Logistics and Marketing Processes: Strategic Contributions of Digital Transformation from Local to Global

Abstract

Globalization, digitalization, and sustainability imperatives are transforming logistics and marketing. This paper conceptually examines how AI and data-driven technologies within the Logistics 4.0 paradigm enhance demand forecasting, route optimization, inventory/warehouse management, supply-chain traceability, and customer experience. It synthesizes the literature on the integration of IoT, big data analytics, cloud computing, blockchain, autonomous systems, smart warehousing, CPS, and AR/VR, outlining their potential to reduce costs, increase speed and reliability, improve transparency, and support environmental sustainability. On the marketing side, AI enables customer-centric redesign through personalization, behavioral analytics, content/SEO automation, chatbot-based service, and campaign optimization. Overall, the study underscores that an integrated AI approach across logistics and marketing constitutes a strategic lever strengthening competitiveness



from local capabilities to global integration and offers a practitioner-oriented roadmap for governance and implementation.

Keywords:

Artificial intelligence, Logistics 4.0, digital transformation, marketing, sustainability



IX. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

24-25 Ekim 2025 | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi