

PAZARLAMA SIRLARI-II

TÜRKER GÖKSEL



AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

4. İNSANLARIN NERELEERDEN SATIN ALDIKLARINA BAKIN



- 4.1 Malın mülkün ötesinde düşünün
- Geçen yüzyılda büyük ihtimalle alışverişinizi bir mağazadan ya da postayla gönderim kataloğundan yapmaktaydınız.
- Günümüzde ise, nereden ve kimden satın alacağınız konusundaki kurallar kalkmıştır. Var olanın ötesinde düşünmeye çalışın.



4. İNSANLARIN NERELEERDEN SATIN ALDIKLARINA BAKIN



- 4.2 Müşterilerinizin nereye gideceklerini belirleyin
- Günün sonunda, müşterileriniz onu ele geçiremiyorlarsa, dünyadaki en iyi ürüne sahip olmanın da bir anlamı yoktur.
- O nedenle, müşterilerinizin onu nereden satın alacağını düşünmeniz gerekir.



4. İNSANLARIN NERELEERDEN SATIN ALDIKLARINA BAKIN



- **Kendinize sorun: karar vermeden önce onu görüp dokunmaları gerekiyor mu, yoksa internet üzerinden satın almaktan da memnun olacaklar mı?**



4. İNSANLARIN NERELEERDEN SATIN ALDIKLARINA BAKIN



- 4.3 Çoklu kanallar yolunuzu açacaktır
- Bir çok insan, yeteri kadar iyi bir ürün oluşturursanız, her mağazanın onu satmak isteyeceğini düşünür.
- Mağazalar zaten raflarını çeşitli ürünlerle doldurmuşlardır ve yeni olan ya da henüz denenmemiş ürünleri almaya istekli değildirler.



4. İNSANLARIN NERELEERDEN SATIN ALDIKLARINA BAKIN



- 4.4 Sessiz satışçılar kullanın
- Posta ile sipariş, normalde ulaşmanızın mümkün olmayacağı müşterilere satış için çok iyi bir yoldur. Bu aynı zamanda mevcut müşterilerinizi özel kampanyalar ve yeni ürünlerden haberdar etmenin de, en iyi yollarından biridir.



4. İNSANLARIN NERELEERDEN SATIN ALDIKLARINA BAKIN



- 4.5 Birleşik planlar kullanın
- Burada yatan fikir, üçüncü taraflara sizin işinizi bir potansiyel müşteriye duyurarak satış yapmanızı sağlamaları durumunda belirli bir komisyon ödemektir.



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.1 Tüfikle vurun, tabanca ile değil**
- **Hiç kimse ürününü herkese duyurmayı başaramaz.**
- **Bunun için yeterli parası yoktur.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- Ayrıca, unutmayın ki bazı kişiler sizin ürününüzü ya hiç bir zaman almayacaktır ya da şu anda almayı düşünmemektedir.
- Tanıtım ve promosyonlarla ilgili anahtar, parayı akıllıca kullanmaktır.



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.2 Dikkatlerini yakalayın**
- **Her promosyon parçası, iletişimle ilgilidir.**
- **Pazar kitlenize işinizle, ürünlerinizle ya da şirketinizle ilgili bir şeyler söylersiniz.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **Ve bunun sonucunda onlardan bir şeyler yapmalarını beklersiniz.**
- **Ancak bugünlerde, insanlar hep bir telaş içindedirler.**
- **Zamanları çok kısıtlıdır ve dikkatlerini yakalayıp ilgilerini söyledikleriniz üzerinde tutmazsanız, durmaksızın yollarına devam edeceklerdir.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.3 Bütün alanları kapsayın**
- **Promosyon yalnızca reklam ve broşürlerle ilgili değildir ve elimizde bir çok farklı araç bulunmaktadır.**
- **Potansiyel müşterilere ulaşmak için, doğru promosyon karışımını yaratmaya hazırlıklı olmalısınız.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.4 Posterler ve reklam malzemeleri tasarlayın**
- **Çoğu reklam, işiniz ve ürünlerinizle ilgili nasıl farkındalık yarattığınızla ilgilidir.**
- **Amacınız ya insanların sizi hatırlaması, ya da sizin hakkınızda daha çok şey öğrenmek istemesidir.**
- **Tek istisnası, e-posta yoluyla doğrudan satış yapmaktır.**

5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



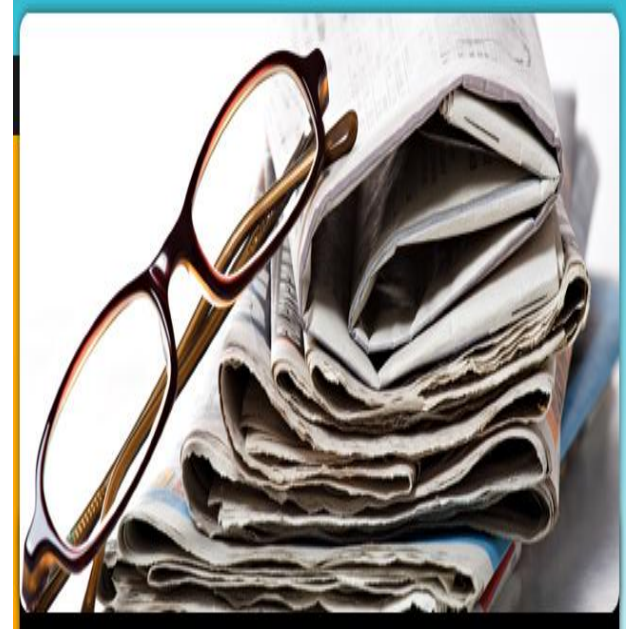
- **5.5 Basın ve medyayı kullanın**
- **Basın, radyo ve televizyonun en iyi kullanımlarından biri, pazarınızı işiniz ve ürünlerinizin yararları hakkında eğitmektir.**
- **Bu yalnızca hizmet sattığınız durumlarda – mali ve hukuki danışmanlık, eğitim vb – özellikle geçerlidir.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.6 Basın bültenleri oluşturun**
- **Reklam kampanyalarına, farkındalık oluşturmak amacıyla para harcamanız uygundur ancak aynı zamanda markanızı insanların zihinlerinde tutabilmeniz de gerekir.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



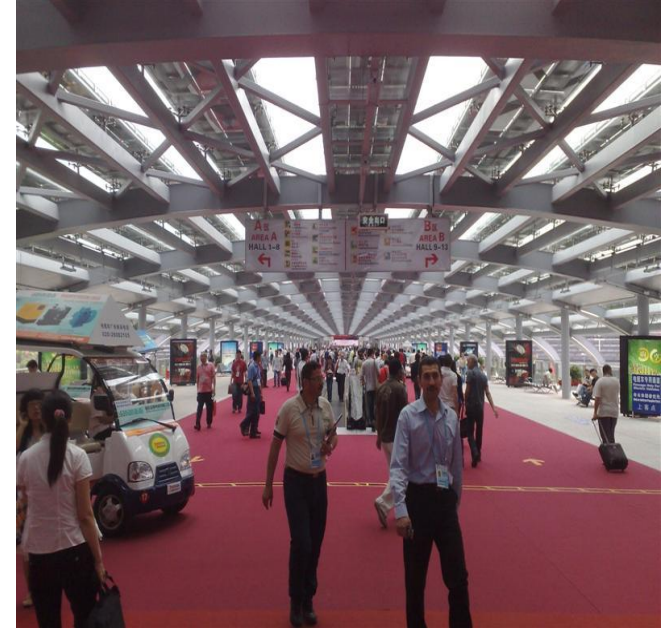
- İnsanların kısa dönem hafızaları vardır ve araştırmalar bize her ürün çeşidi ile ilgili, yalnızca iki ya da üç marka ismini hatırlayabildiklerini göstermiştir.



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- 5.7 Satın almacılarla fuarlarda temasa geçin
- Fuarları ziyaret eden kişiler, genellikle satın alma sürecinin tercih yapma aşamasına gelmiş olan kişilerdir. O nedenle fuarlar işinizi ve ürünlerinizi tanıtmamanın ideal ortamlarıdır.



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.8 Sektöre yön verenlerle ilişki ağı kurun**
- **İlişkiler ağı kurmak, yerel pazarınız ya da sektörünüzdeki fikir liderlerini etkilemenin en iyi yollarından biridir.**
- **Bu insanlar sizin işinizi ya da ürünlerinizi diğerlerine tavsiye etme gücü bulunan kişilerdir.**

5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- İlişki ağı kurma yönünde organize edilen ortamlar en iyileridir çünkü bu sayede insanlarla tanışıp birlikte bir iki saat geçirebilirsiniz.



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- **5.9 Sadakat planları kullanın**
- **Müşterilerinizin sizden tekrar satın alım yapmalarını beklemeden bile – örneğin ev satıyorsanız – onları mutlu etmek için elinizden gelen herşeyi yapmanız gerekir.**



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



- Ne de olsa, sizi çevrelerine tavsiye etmelerini istersiniz, kötülemelerini değil.
- Tatmin olan müşteriler sadakat geliştirirler ve arkadaşlarına sizden ve yaptığınız işten bahsederek, işinizi geliştirebilirler.



5. PROMOSYONEL KARIŞIMINIZ ÜZERİNDE DURUN



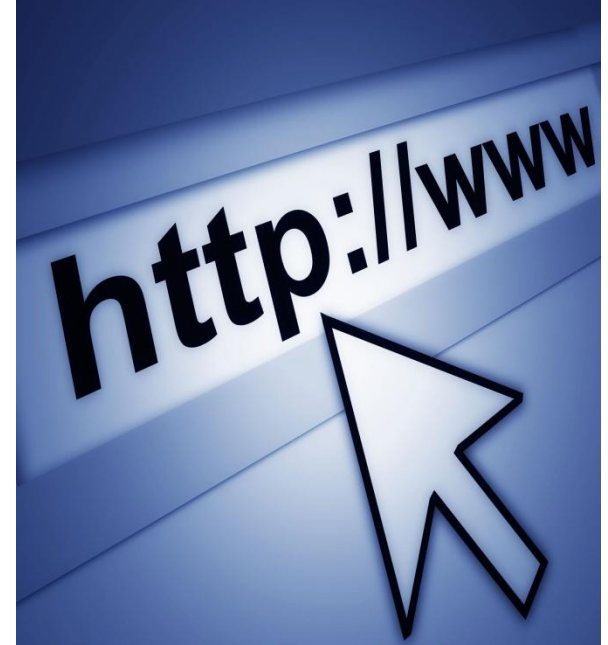
- **5.10 Her zaman markanızı destekleyin**
- **Tarih bize markanızın işinizdeki en önemli şey olduğunu söylemektedir.**
- **O nedenle attığınız her adımın, markanızı destekleyecek özellikte olmasına dikkat edin.**



6. INTERNETTE BULUNUN



- **6.1 Kendinizi görünür kılın**
- **On yıl önce insanlar, şirket ve ürünlerden gazeteler, dergiler, fuarlar ya da diğerlerinin tavsiyeleri yoluyla haberdar olurlardı.**
- **İnternet bütün bunu değiştirdi. Şimdilerde, ilk bakılacak yer haline geldi.**



6. İNTERNETTE BULUNUN



- 6.2 Vitrin camı olun
- Websiteniz ürünleriniz ve işinizle ilgili bilgi sahibi olmak için bakılacak ilk yerdir.
- Websitenizi vitrininiz olarak düşünün.
- Amacınız, müşterilerinizin ilgisini çekerek içeri girmelerini sağlamaktır.



6. INTERNETTE BULUNUN



- **6.3 E-posta bültenleri hazırlayın**
- **E-posta bültenleri, şirketlerin eskiden basılı halde müşterilerine yolladıkları bültenlerin modern versiyonudur.**
- **Basılı malzemelerin daha uzun süre okunma şansı olsa da, üretilmesi pahalıdır.**



6. INTERNETTE BULUNUN



- **6.4 Bloglar ve internet yayınları oluşturun**
- **Elektronik bültenlerin tek olumsuz yanı, arama motorlarının onları görememesidir.**
- **Ancak, bültenin içeriğini websitenize koyarak ve her aboneye bir link göndererek iki avantaj elde edebilirsiniz.**



6. INTERNETTE BULUNUN



- Öncelikle abone sizi hatırlatan bir e-posta alır, ikinci olarak da arama motorları yeni içeriği görerek sıralamanızı yükseltir.



6. İNTERNETTE BULUNUN



- Bazıları yaygın olarak kullanıma geçerken, bazıları da silinip giderler.
- Pazarlama araçlarınızı güncellemeyi ihmal etmeyin.



6. INTERNETTE BULUNUN



- **6.6 Viral pazarlamayı kullanın**
- **Viral pazarlama, insanların birbirlerine iletecekleri mesajları oluşturmak ve gönderi zincirini başlatmakla ilgilidir.**
- **Bu şekilde ağızdan ağıza pazarlamanın yeni versiyonunu elde etmiş olursunuz.**

Viral Marketing



6. INTERNETTE BULUNUN



- **6.7 Üçüncü taraf planları hazırlayın**
- **İnternet aracılığıyla milyonlarca potansiyel müşteriye doğrudan ya da bir üçüncü taraf vasıtasıyla ulaşabilirsiniz.**



6. INTERNETTE BULUNUN



- Aynı zamanda web sitenizde önerdiğiniz diğer şirketlerin ürünlerinden elde edeceğiniz komisyonla, uyurken dahi para kazanabilirsiniz.



6. INTERNETTE BULUNUN



- **6.8 Networking sitelerine katılın**
- **Son beş yılda, sosyal ve işle ilgili networking sitelerinin yükselişi, efsanevi boyutlara ulaştı.**



6. INTERNETTE BULUNUN



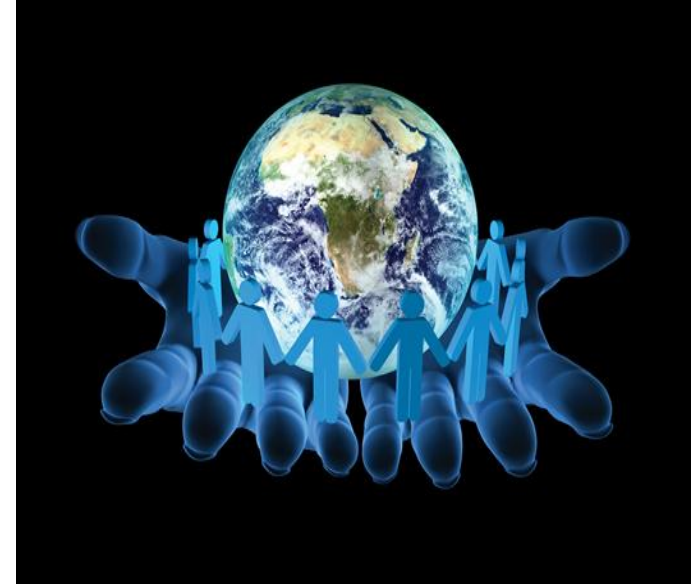
- MySpace 2001 yılında ve Facebook da 2004 yılında kuruldu.
- Facebook bugün dünya genelinde 200 milyon aktif kullanıcıya sahiptir.
- Son iki üç yıl içinde de iş dünyası bu fırsatları değerlendirmeye başladı.



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- **7.1 Hırsınız konusunda net olun**
- **Pazarlamacılar yenilikçi ve iş bitiren kişilerdir.**
- **Belki de en nefret ettikleri şey oturup bir plan yazmaktır. Ancak bunun ne kadar önemli olduğunu anlatmaya sözler yetmez.**



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- Planınızı yazarak, hem düşüncelerinizi netleştirmiş hem de diğerlerine ne yapmayı ve nasıl yapmayı planladığınızı açıklamış olursunuz.



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- **7.2 Uzun vadeli bir plan yapın**
- **Bazen de tam donanımlı bir pazarlama ya da iş planı hazırlamanız gerekebilir.**
- **Bu, yeni bir ürün lansmanı yada kısa vadeli bir plan değil, önünüzdeki üç ile beş yıllık iş planınız olmalıdır.**



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- 7.3 Her zaman ne durumda olduğunuzu bilin
- Sadece bir planınız olduğu için, olaylar sizin belirlediğiniz şekilde gitmezler.



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- İş dünyası o kadar kolay değildir ve rakiplerinizi de, yaptıklarınızı görmezden gelmezler.
- Ve nasıl gittiğinizi öğrenmenin tek yolu, hedeflerinizle gerçekler arasındaki ilişkiyi ölçmenizdir.



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- 7.4 Bütün müşteriler eşit değildir
- Bütün müşterilerin eşit olduğu bir efsanedir.
- Bu farklılık, sadece farklı zevkleri ve kişilikleri olan farklı kişiler olduklarından değil, farklı miktarlarda para harcadıklarındandır.



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- Birine bir şey sattığınız her seferin, size bir maliyeti vardır.
- Bu maliyet, o satıştan elde edeceğiniz karı aştığında, sorun başlar.



7. ULAŞILABİLİR BİR PLAN YAPIN



- **7.5 Yaklaşımınızda uyarlama yapmaktan korkmayın**
- **Yaptığınız planın değişimler doğrultusunda ilerleyip ilerlemediğini ölçün ve gereken yerlerde uyarlama yapma fırsatlarını kaçırmayın.**

