

PAZARLAMA İLETİŞİMİ



TÜRKER GÖKSEL



PAZARLAMA İLETİŞİMİ



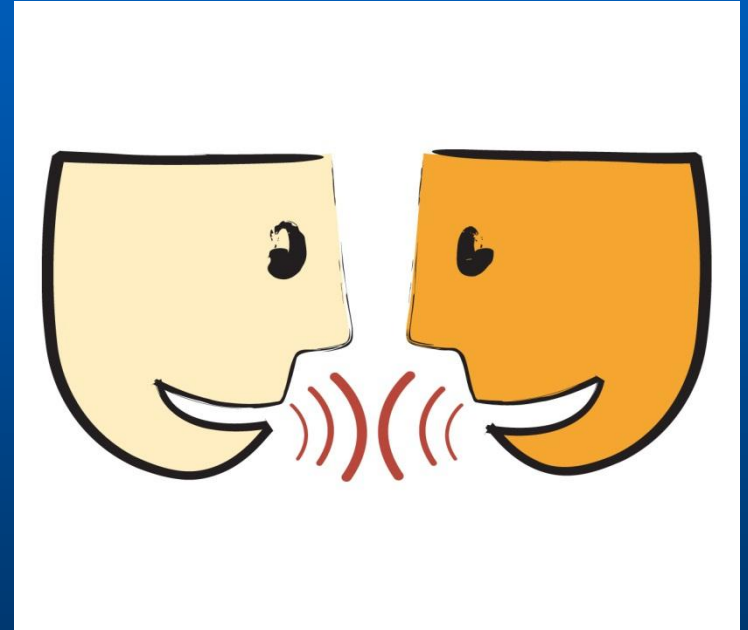
- Toplumsal ve kişisel ilişkilerde iletişim gerekli
- İletişimin farklı tanımları yapılmıştır.
 - Kişiler
 - Gruplar ve
 - Örgütler arasında
 - Karşılıklı mesaj değiş tokuşu süreci, olarak tanımlanır.



PAZARLAMA İLETİŞİMİ



- Bir başka tanım ise;
 - Bir gönderici ile
 - Bir alıcı arasında
 - Düşünce birliği ya da
 - Ortaklığı kurma süreci olarak belirtilmiştir.



Tanımlar İçinde Dikkat Edilmesi Gereken 3 Önemli Nokta Vardır



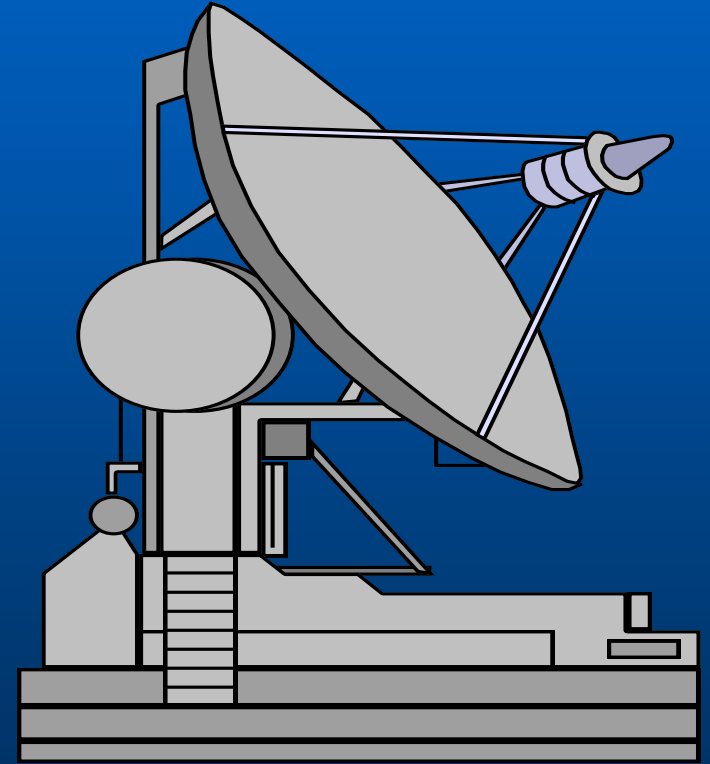
- İletişimden bahsedebilmek için en az 2 taraf olmalıdır.
 - Gönderen (Kaynak) ve
 - Alıcı
- Bu iki taraf arasında düşünce birliği kurulmalıdır.
- İletişim bir süreç olma özelliğine sahiptir.



PAZARLAMA İLETİŞİMİ



- Ne olduğun kulağında öylesine çınlıyor ki ne dediğini duyamıyorum



İLETİŞİMİN TEMEL ÖĞELERİ



- Kaynak
- Mesaj
- Kanal
- Alıcı
- Geri Besleme
- Gürültü



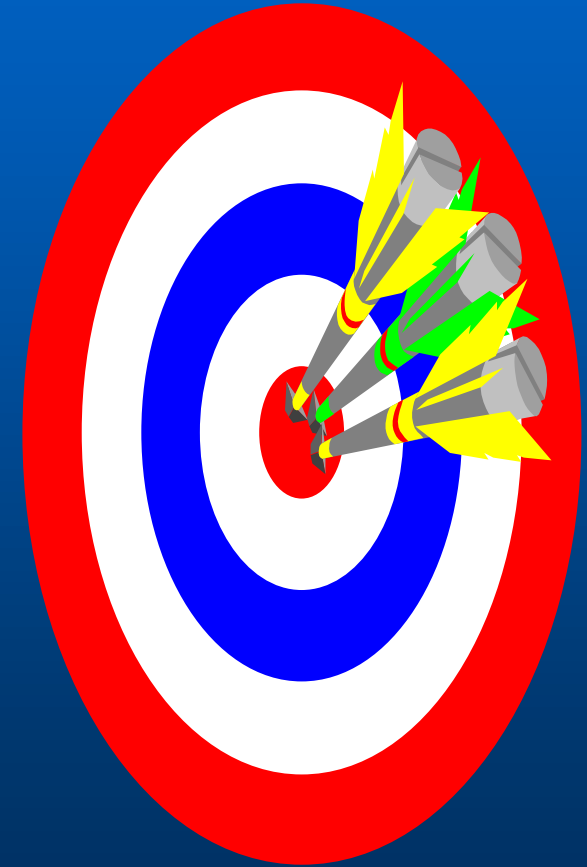
PAZARLAMA İLETİŞİMİ



- Her bir öge diğerini etkiler.
- **Gönderici.....Aktif**
- **Alıcı.....Pasif**, konumunda varsayılmalıdır.
- İletişim; Kaynağın düşüncesini, kendinin ve alıcının, anlayabileceği biçimde KODLAMASI ile başlar.
- Mesajı ileten kişi ya da kurum olabilir.
- **Kaynak.....Mesajı Gönderendir**
- **Mesaj ise.....Kaynağın Düşüncelerinin Sembolik ifadesidir.**

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

- Kaynağın Görevi; gönderilecek mesajın önceden belirlenmesini ve anlaşılır nitelikte oluşturulmasını sağlamaktır.
 - Hem KODLAMA
 - Hem KOD AÇMA, birer Zihinsel Süreçtir.
- Mesaj, hiçbir yanlış anlamaya ve yoruma yol açmayacak bir biçimde aktarılması gerekir.
- Alıcının özelliklerine uygun içerikte mesajların hazırlanması İletişimin Başarısını etkiler.



KANAL



- Mesajın, Kaynaktan, Alıcıya doğru gittiği yoldur.
- Bu araçlar Kitle İletişim
- Kişiler arası İletişim araçları olabilir.
- Sağlıklı iletişim için, Gürültüden arındırılmalıdır.
- İletişimin olumlu biçimde gerçekleşmesini etkileyen her türlü faktöre **GÜRÜLTÜ** denir.



Üç Tür GÜRÜLTÜDEN Söz Edilebilir



- Çevresel Faktörler, uzaklık, dikkat dağıtıcı gürültü
- Kişisel niteliktedir. Algılama, dikkat ve ilgi düşüklüğü gibi konuları içerir.
- Tecrübe ve bilgi eksikliğinden kaynaklanan sembolik sistemin sınırlamalarından doğar.



GERİ BESLEME



- Alıcının, mesajı nasıl yorumladığını ve nasıl tepkide bulunduğunu, kaynağın öğrenmesine olanak sağlar.
- İki yönlü iletişim kavramı ortaya çıkar.
- İletişim, sadece mesajın alıcıya gönderilmesi olarak ele alınmayıp, iki kesimin birbirlerinden etkilendiğini kabul etmek gerekir.



GERİ BESLEME



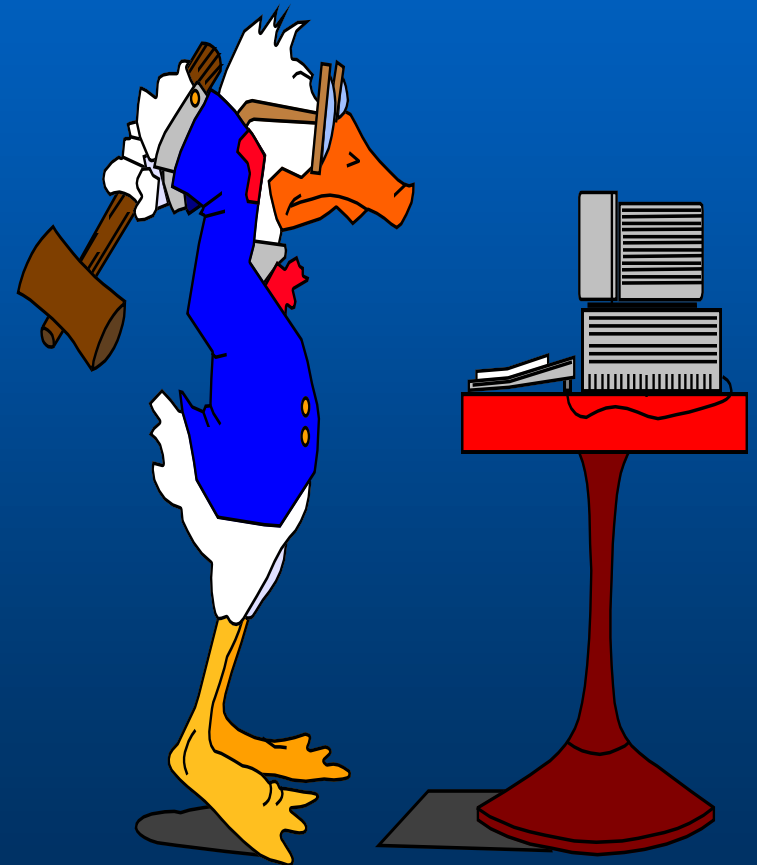
- **KAYNAK;** Alıcı hakkında ne kadar çok bilgiye sahipse o kadar başarılı mesaj oluşturulabileceği anlamına gelmektedir.
- **ALICI;** Kendisine ulaşan mesajlara
 - Geçmiş deneyimleri
 - Tutumları
 - Tercihleri
 - Algılanması, ile anlam vermeye çalışır.



EMPATİ



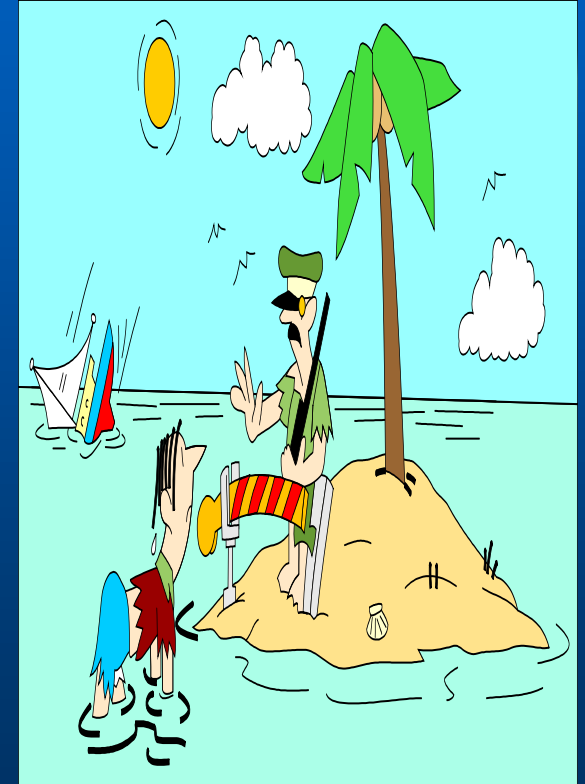
- Alıcı ile Kaynağın; ortak algısal alanından bilgi sahibi olunmalıdır.
- Ortak deneyim alanı ne denli büyük olursa iletişim o kadar başarılı olacaktır.
- Kişiler arası iletişimde etkin biçimde kullanılan kavramlardan birisi de EMPATİDİR.



EMPATİYE DAYALI İLETİŞİM İÇİN GEREKLİ OLAN UNSURLAR



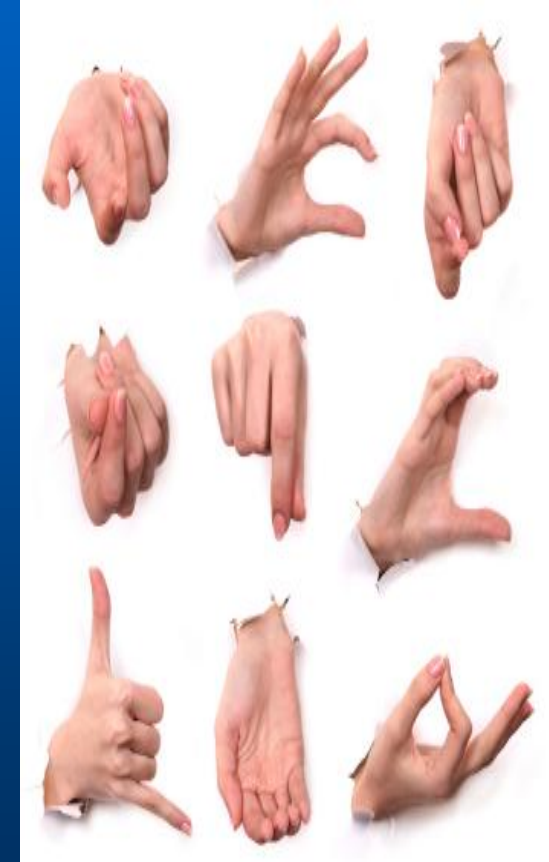
- Empati kuracak kişi; kendisini karşısındakinin yerine koymalı, olayları onun bakış açısıyla bakmalıdır.
- Kişinin Duyguları ve Düşüncelerini doğru anlamak gerekir.
- Empati kuran kişinin zihninde oluşan empatik anlayışın, karşıdaki kişiye iletme davranışı olmalıdır.
- Empati yeteneği olanlar **DEĞİŞİME** daha açıktır.



İŞARET VE ANLAM



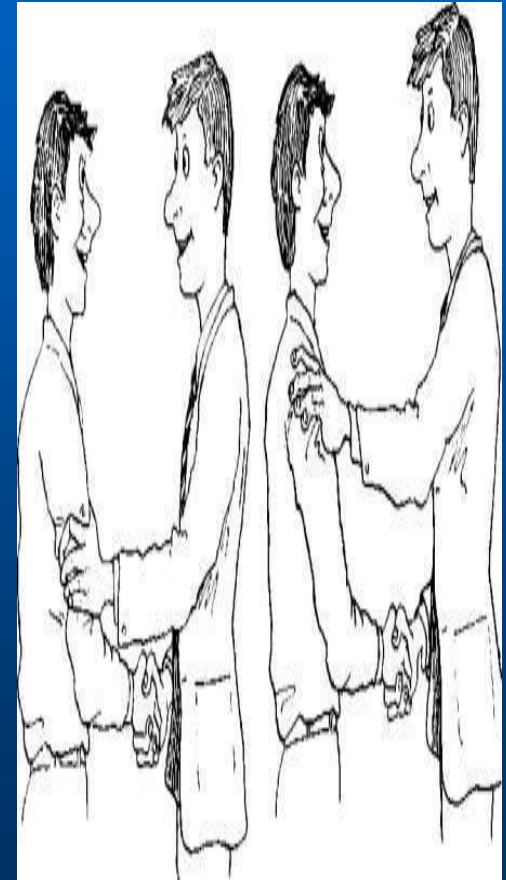
- Herhangi bir işaret, somut nesneyle birleştiğinde ya da fikir diğer kişi tarafından paylaşıldığında anlamlıdır.
- Anlam; insanların dıştan gelen uyarıcıya verdikleri içsel tepkilerdir.
- Kelimelerin tek başlarına bir anlamları yoktur.
- Anlamlara, anlam katan insandır.
- İletilebilen tek şey mesajdır ve anlamı da mesajın içinde değil, mesajı kullananlarda gizlidir.
- Anlam, toplumsallaşma süreci sonucunda öğrenilir.



İşaret ve Anlamla İlgili Olarak Özetle Şunları Belirtebiliriz



- Anlam; mesajlarda değil, insanlardadır.
- Anlam; karmaşık bir süreç sonucunda öğrenilir.
- İki insan aynı işaretlerden aynı anlamı çıkarmaz.
- İşaretlerin anlamı, bir şeyin deneyim alanı değiştikçe, değişime uğrar.
- Anlam; bireyin işaret ya da etkileyici bir nesne ile karşılaştığında bireyde oluşan içsel tepki ve buna bağlı eğilimlerin tümüdür.
- İletişimde kullanıldığı biçimiyle, işaret bir uyarıcıdır.



İŞARET VE ANLAM



- **DÜZ ANLAM:** Sandalye işareti belirli özellikleri olan bir tür nesneyi çağrıştırır.
- Düz anlam, İşaret-Nesne ilişkisini belirler.
- **ÇAĞRIŞTIRICI ANLAM:** Bir çok nesne karmaşık yapıdadır.
- İyi-Çekici-Kalite gibi kelimeler farklı kişilerce, farklı tepkiler ortaya koyar.
- Reklamın ikna ediciliği bunun için önemlidir.



İŞARET VE ANLAM



- **YAPISAL ANLAM:**
Kelimeler yetersiz kalır,
kelime gruplarına ihtiyaç
olur.
- Reklam yazarları bazen
dilbilgisi kurallarına bilerek
uymazlar.
- **BAĞLAMSAL ANLAM:**
 - Koltukların yüzü değişti
 - Haberi duyunca yüzü
değişti
 - Öğrencilerin yüzü değişti



İLETİŞİM TÜRLERİ



- Kişiler, kitle iletişim ve kendi aralarında iletişim ağına girerler.
- **Fikir liderleri önemli.**
- **3 önemli unsur söz konusudur:**
- Kişisel etkinin rolü fark edilmelidir.
- Bazı kişilerin mesajın dağılmasında diğerlerine göre daha etkili olduğu kabul edilmektedir.
- Fikir liderlerinin davranışlarının, nasıl etkide bulunacağı öğrenilmeye çalışılmaktadır.



PAZARLAMA İLETİŞİMİ



- Aptallar rüzgar estiğinde duvar örerler, Akıllılar yel değirmeni kurarlar...



SON SÖZ



- **Rabbim!**
Bize, değiştirilemeyecek şeyleri huzur içinde kabullenmek için güç;
Değiştirilmesi gereken şeyleri değiştirmek için cesaret;
ve bu ikisini ayırt etmek için bilgelik ver.
REINHOLD NEILBUHR

