



YALOVA ÜNİVERSİTESİ  
university of yalova

**Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü**

**Pazarlama Programı**

Öğr. Gör. Cansu AYVAZ GÜVEN

# Elektronik Pazarlama

İnternet

E-Pazarlama

# İnternet Nedir?

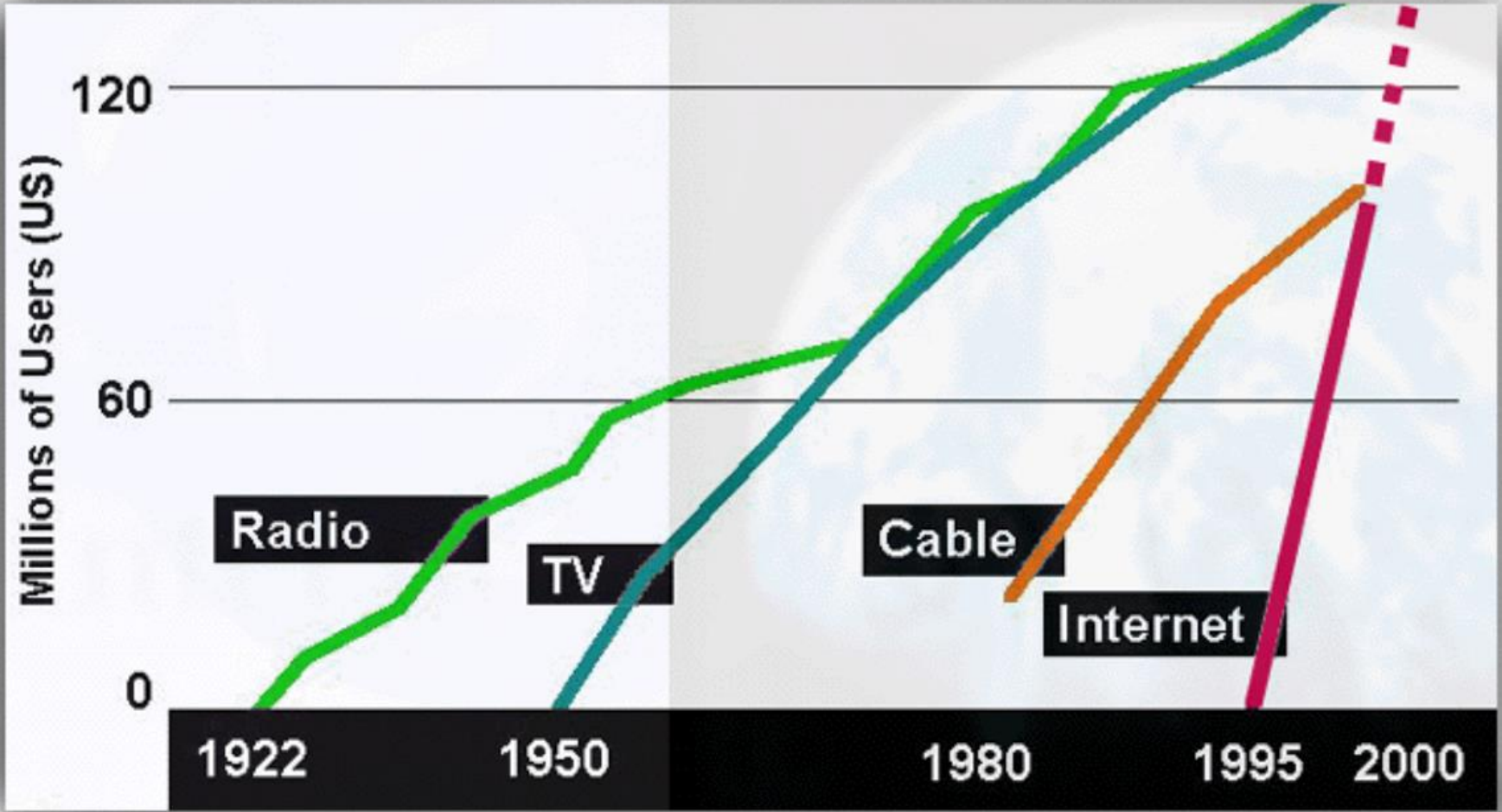


- İnternet, dünya üzerinde milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan global bir *iletişim ağıdır*.
- Bilgisayar ağları, bilgisayarları ortak bir protokolle birbirine bağlarlar.
- E-Ticaret söz konusu olduğunda, işte bu bilgisayarları kullananlar bizim yeni pazarımız olacaktır!

# İnternet Nedir?

- İnternet ağı, bilgisayarlar arasında hızlı ve verimli (aynı zamanda ucuz ve güvenilir) bilgi aktarımı olanaklar sunar.
- Bu özellik aslında ađ ortamında ticaret yapmak için gereken altyapıdır.





Source: Morgan Stanley Research

## İnternet Çok Hızlı Yayılıyor

İnternet, diğer iletişim ortamlarına kıyasla daha hızlı yayılıyor/büyüyor.

# İnternet ne sunar?

- Bilgi aktarımı, ürün satışı, ödeme, tanıtım, pazarlama amacıyla kullanılarak, günümüzdeki anlamıyla E-TİCARET yapmak için gereken teknolojik altyapıyı sunar.



# Dünyada İnternet Gelişimi

1969 yılında, ABD Savunma Bakanlığı, İleri Araştırma Projeleri Ajansı, ARPANET adı verilen ve 4 üniversiteyi birbirine bağlayan bir Ağ oluşturdu. Bu yapı, 1970 ve 80'lerde daha çok kuruluşu içine alacak şekilde genişledi.

1985'ten sonra bu altyapı daha çok akademik tabanlı (üniv. gibi) kuruluşların benimsemesiyle akademik kullanıma açık bir ağ olan INTERNETe dönüştü. (ARPANET'in askeri kanadı MILNET olarak kaldı).

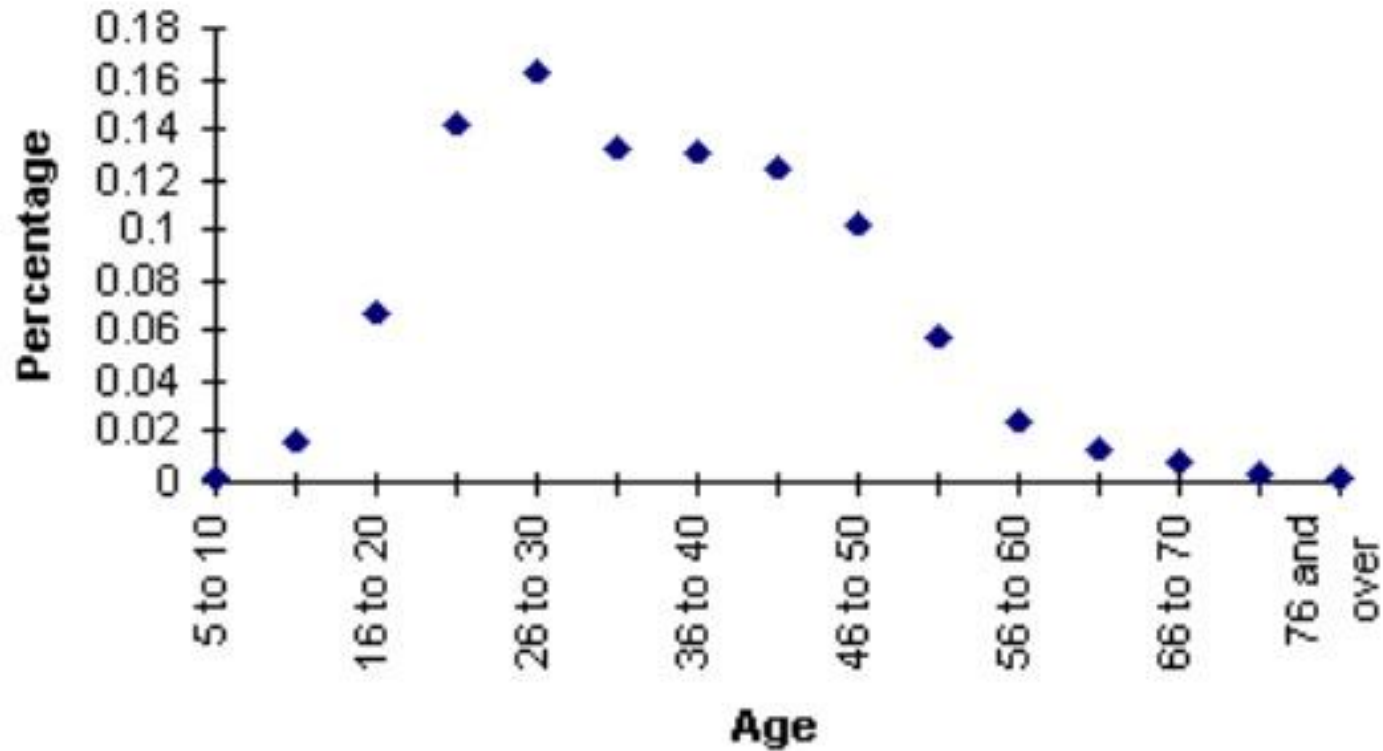
# Dünyada İnternet Gelişimi

1992-93'lerden sonra ticari kuruluşlar da internete dahil olmaya başladılar ve bu iletişim ağı dünya çapında yaygınlaştı.

1995'ten sonra internet üzerinden e-ticaret faaliyetlerinin arttığını görüyoruz.



# Dünyada İnternet Gelişimi



# Pazarlama Nedir?

Pazarlama araştırması, marka yönetimi, müşteri hizmetleri, reklam gibi çeşitli görevleri kapsayan bir işlev olmanın yanı sıra işletmelere rehberlik eden müşteri odaklı bir felsefe anlamı taşır.



# E-Pazarlama Nedir?

- E-Pazarlama (elektronik pazarlama) yani diğer bir değişle internette pazarlama, sunmuş olduğunuz mal ve hizmetlerin, var olan ve gelecekte edineceğiniz müşterilerinize internet tabanlı araçlar yolu ile tanıtılmasıdır.





- İlk online alışveriş sitesi Amazon.com'dur.
- Jeff Bezos tarafından 1994 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin Seattle şehrinde kurulmuştur.

# E-Pazarlama



İnternet üzerinden pazarlamanın avantajları;

- Küçük ve gelişen işletmeler fiziksel konumlarının dışına genişleyerek müşterilerle daha global ilişkiler kurarlar.
- Uzak mesafelere hızlı ve kolay ulaşabilme imkanı doğar.
- Maliyetler düşer.
- Basın duyuruları, ürün katalogları dağıtımı gibi çok zaman, emek ve para gerektiren işler otomatik olarak, çok hızlı ve hatasız yapılır ve kişiye özel pazarlamalar da mümkün hale gelir.
- 24 saat kesintisiz hizmet sunmaya olanak tanır.

İnternette  
pazarlamanın  
geleneksel  
pazarlamadan farklı  
yönleri nelerdir?



# İnternette Pazarlamanın Geleneksel Pazarlamadan Farklı Yönleri

- Bilgi, ilişki, hedefleme, iletişim, ulaşılabilirlik ve müşteri olmak üzere altı alanda farklılıklar karşımıza çıkar.
- Bilgiyle ilgili olarak geleneksel pazarlamada daha az bilgi ayrıntısı müşteriye daha az ulaşırken, internette daha çok ve daha kaliteli bilgi çok farklı kesimler tarafından tedarik edilmektedir.

# İnternette Pazarlamanın Geleneksel Pazarlamadan Farklı Yönleri

- Geleneksel pazarlamada firma ve müşteri arasındaki ilişki daha sınırlıyken internet pazarlamasında bu ilişki etkileşimli ve bire bir gerçekleşen bir ilişkidir.
- Tüketicileri hedefleme açısından bakıldığında, geleneksel pazarlama daha çok demografik faktörleri kullanırken, internette pazarlama İnternet üzerinden satın alma ya da interneti kullanma alışkanlıkları gibi tüketicilerin davranışsal kalıplarına dayalıdır.



# İnternette Pazarlamanın Geleneksel Pazarlamadan Farklı Yönleri

- İletişimle ilgili olarak geleneksel pazarlamanın özelliklerinden biri kitle iletişimi ve itme yönlü reklam iken internet daha kişiselleşmiş ve etkileşimci çekme yönlü reklama olanak tanır.
- Ulaşılabilirlik açısından geleneksel mağazalar ile ürün satışı yapan web siteleri karşılaştı rıldığında, mağazaların satış faaliyetlerinin coğrafi olarak daha kısıtlı olduğu görülür.
- Son olarak, müşteri geleneksel pazarlamada edilgen bir durumda iken İnternet üzerinde daha etkin, daha bilgilenmiş, daha talepkar ve şikayet etmeye daha istekli hale gelmektedir.