

Editörler

Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ

Doç. Dr. Tuğrul AYYILDIZ

Turizm İşletmelerinde ÇAĞDAŞ PAZARLAMA YAKLAŞIMLARI



DETAY
YAYINCILIK



REDMI NOTE 8
AI QUAD CAMERA

DETAY YAYINLARI

: 1392

1. Baskı

: Eylül 2021

ISBN

: 978-605-254-455-6

Yayıncı Sertifika No

: 46573

Matbaa Sertifika No

: 42488

Bu Kitaptaki Bölümlerde İleri Sürülen Görüşler Ve Yapılan Alıntılarla İlgili Tüm Sorumluluk İlgili Bölümün Yazarlarına Aittir.

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi

: Detay Yayıncılık

Kapak Tasarım

: Detay Yayıncılık

Baskı ve Cilt

: Bizim Buro Basımevi

1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Kütüphane Bilgi Kartı

Editörler: Ahu Yazıcı Ayyıldız, Tuğrul Ayyıldız

Turizm İşletmelerinde Çağdaş Pazarlama Yaklaşımları, 1. Baskı

ISBN: 978-605-254-455-6, viii + 494 sayfa, kaynakça var, dizin yok

DETAY
YAYINCILIK



REDMI NOTE 8
AI QUAD CAMERA

GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ
DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

İLİŞKİLER
Güllü GENÇER, Kansu GENÇER

İZİNLİ PAZARLAMA 212
Muhammed BAYKAL

MİSTİK PAZARLAMA 229
Özlem ER BARANAYDIN, Doğu BARANAYDIN

NİŞ PAZARLAMA 244
Melek Ece ÖNCÜER

TURİZMDE NÖROPAZARLAMA 258
Aziz BOSTAN, Ebru BAĞÇI

PAZARLAMAMA (DEMARKETING) 270
Yunus Emre BİLGİÇ

SAVUNUCU (AVUKATLI) PAZARLAMA 287
Ayşe ARSLAN

ALTERNATİF PAZARLAMA İLETİŞİM ARACI OLARAK SİNSİ
PAZARLAMA: YOKSA UYANIK PAZARLAMA MI? 304
Caner ÜNAL

SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI 311
Mahmut EFENDİ

SOSYAL PAZARLAMA 329
Nüket DURAN

VERİ TABANLI PAZARLAMA 346
Şule KAYA, Güntekin ŞİMŞEK

YEŞİL PAZARLAMA 365
Gülseren YURCU

MEHTAP YÜCEL GÜNGÖR

TURİZMDE NÖROPAZARLAMA

Aziz BOSTANİ
Ebru BAĞÇIR

GİRİŞ

Nörobilim ve Pazarlama Bilimlerinin etkileşimi ile ortaya çıkan Nöropazarlama, nörolojik araştırma bulgularının pazarlama disiplinine aktarılması anlamına gelmektedir. Interdisipliner bir alan olması nedeniyle çalışmalarda zorluklar yaşanmaktadır. Nörobilim ve Pazarlama Bilimi gibi farklı disiplinlerden çalışma yürüten uzmanların birbirlerinin konuları ile ilgili yaklaşımları bilmelerini zorunlu kılmaktadır. Nöropazarlama araştırmaları yapılırken bu alana dahil olan disiplinlerden hangi noktada faydalanılması gerektiğinin bilinmesi, araştırma çerçevesinin oluşturulması farklı alanlarda çalışan uzmanların birlikte hareket etmesiyle mümkündür. Nöroloji, sinir sistemi ve insan beyni ile ilgilenen bilim dalıdır. Beyin, insanın kara kutusu gibidir ve tüm kararların nihai belirleyicisidir. Pazarlama uzmanları da nörolojinin insan beynine ilişkin geliştirdiği tekniklerle beyni ve kişilerin satın alma davranışı sergilerken nasıl karar verdiklerini anlamaya çalışmaktadırlar. Beyin, doğumdan ölüme sürecinde öğrendiklerini kayıt altına alarak özgür iradede bağımsız davranışlar sergileyen ve sergileten, insan bedeninin özgür çocuğudur. Dolayısı ile insan davranışlarının anlamlandırılması beynin işleyişini çözmekle mümkündür. Tüketici davranışlarının arka planında yer alan davranışları anlamaya yardımcı olan nörobilim, marka imajı oluşturmada ve marka mesajını tüketiciye iletmede pazarlamaya destek olmaktadır. Nöropazarlama, ürünlerin genel görünüşünden ambalajlamaya, ürün ve hizmet için hazırlanan reklamların tüketicilerin bilinçaltına nasıl etki ettiğine ve satın alma kararlarını nasıl etkilediğine dair rehberlik etmektedir.

Bu bölümde, nöropazarlama kavramı, nöropazarlama araştırmalarında kullanılan araçlar, nöropazarlamanın uygulama alanları ve turizm-nöropazarlama ilişkine dair genel bilgiler verilmiştir. Nöropazarlama araştırmalarına yönelik günümüze kadar yapılmış araştırmalar ışığında ileride yapılacak nöropazarlama araştırmalarında araştırmacılara yol göstermek amaçlanmıştır.

NÖROPAZARLAMA

Üretilen ürünün tespiti, doğru zaman, miktar ve kitleye ulaştırılmasını sağlamak pazarlamanın temel konusudur. Nöropazarlama da tüketicilerin pazarlama

¹ Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü. azbostan@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8187-3871>.

² Öğr. Gör., Doktorant, Beykent Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık Kabin Programı, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD Doktorant. bagciebru@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2763-069X>.

TURİZM İŞLETMELERİNDE ÇAĞDAŞ PAZARLAMA YAKLAŞIMLARI

Editörleri: Doç. Dr. Ali Yazıcı Ayyıldız, Doç. Dr. Tugrul Ayyıldız

Günümüz tüketicisinde yaşanan bunca değişim karşısında işletmelerin eski düzen, ne üretirsem onu satarım düşüncesine devam etmeleri mümkün görülmemektedir. Çünkü tüketiciler beklenti ve istekleri ile doğrudan üretimin içerisinde yer almaktadır. Özellikle turizm işletmeleri için kendilerini geliştirmek, tüketici istek ve beklentilerine cevap vermek daha da önemli bir hal almaktadır. Diğer işletmeler de olduğu gibi turizm işletmeleri de farklı pazarlama yaklaşımlarını kullanarak hem müşterilerinin beklenti ve isteklerini karşılayarak onların memnuniyetlerini sağlamakta hem satışlarını üst düzeye çıkararak karlılıklarını artırmakta hem de rekabette avantajlı duruma geçebilmektedirler. Dolayısıyla turizm işletmeleri için farklı pazarlama yaklaşımlarını kullanarak müşterilerini odak noktalarına alma konusu vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma turizm işletmelerinde uygulanan deneyimsel pazarlama, kişisel pazarlama, sosyal medya pazarlaması, dijital pazarlama, yeni tabanlı pazarlama, yeşil pazarlama vb. güncel pazarlama yaklaşımlarını kapsayan 30 farklı bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın gerçekleştirilmesinde birçok öğretim üyesi, öğretim görevlisi ve doktora öğrencisinin emeği bulunmaktadır. Bu çalışma ile turizm işletmelerinde çağdaş pazarlama yaklaşımları konusunda katkı sağlamak amaçlanmıştır. Çalışma içerisinde bölüm yazarlığı yaparak katkılarını sağlayan değerli hocalarımıza ve öğrencilerimize teşekkürü bir borç biliriz. Kitabın turizm işletmelerinde çağdaş pazarlama yaklaşımları alanına katkı yapması ve okuyucuların beklenti ve ilgilerini çekmesini dileriz.

DETAY YAYINCILIK

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay-Ankara
Tel: 0312. 434 0949 - Faks: 0312 434 3142
web: www.detayyayin.com.tr
e-posta: detayyay@gmail.com

ISBN: 978-605-254-455-6



9 786052 544556



Sertifika No: 4

online satış: www.detayyayin.com.tr