



Hizmet Pazarlaması

Umut Al

H.Ü. Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

umutal@hacettepe.edu.tr



Hizmet Pazarlaması - Giriş

- ❖ Alvin Toffler – Üçüncü dalga
- ❖ 1980'li yıllar
 - ❖ Arz talep dengesindeki bozulma
 - ❖ Yıkıcı rekabet
- ❖ 1990'lı yıllar – yeniden yapılandırma
 - ❖ Teknolojik gelişmeler
 - ❖ Dünya pazarlarının küreselleşmesi
 - ❖ Bilgi toplumuna geçiş aşamaları
 - ❖ Ürünlerin ömürlerindeki kısalma
 - ❖ Pazara yeni ürünler sunma süresindeki azalma
 - ❖ Sürekli değişen müşteri beklentileri
- ❖ Günümüzde hizmet faaliyetleri rekabet unsuru

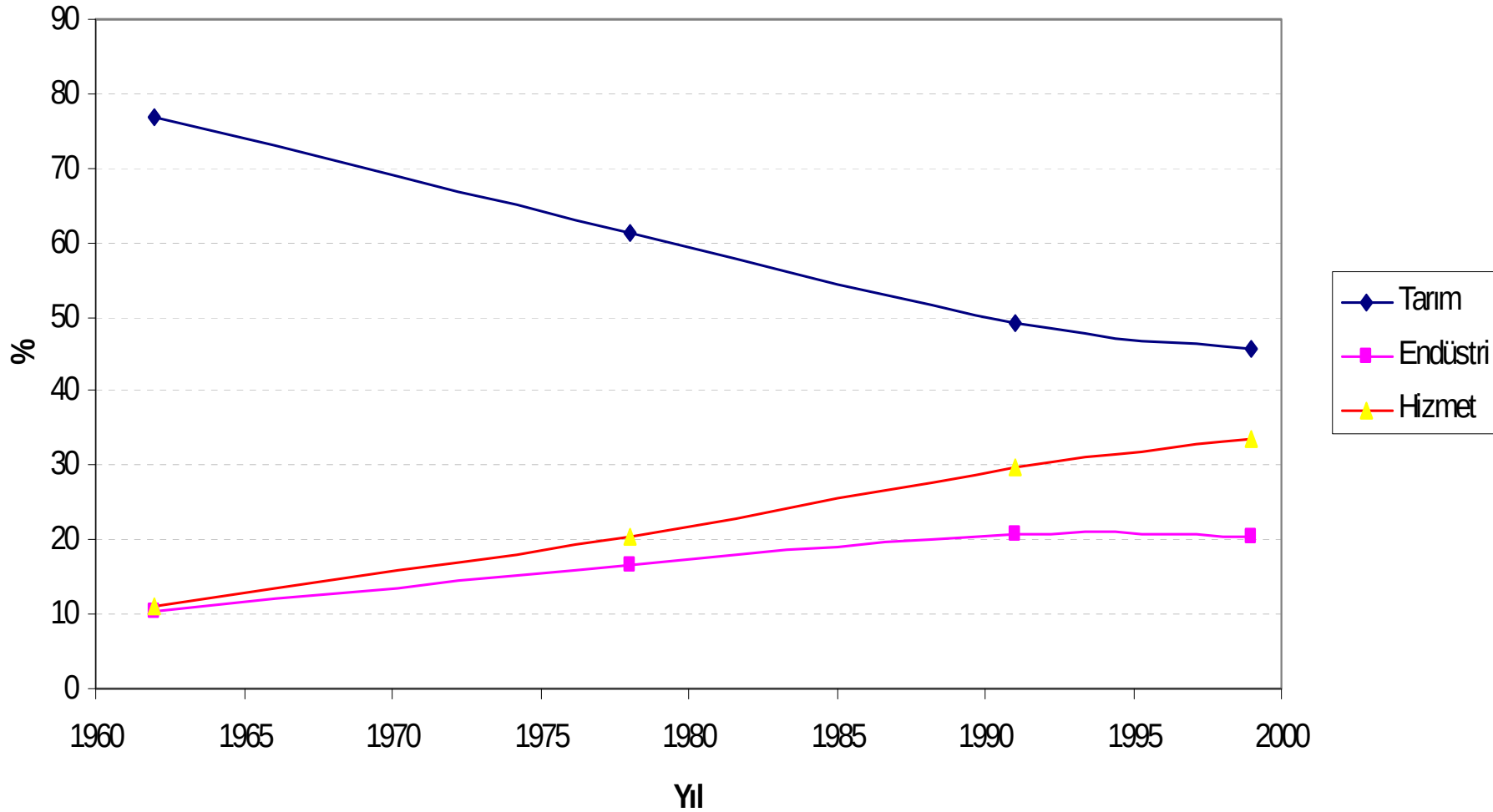


Sektörlere Göre İstihdam (1998 yılı)

Ülke	Tarım (%)	Sanayi (%)	Hizmet (%)
Almanya	3	35	62
Fransa	4	25	71
İtalya	7	32	61
Portekiz	14	36	50
İspanya	8	30	62
Türkiye	43	23	34



Türkiye'deki Sektörel İstihdam





Hizmet Sektöründeki Büyümenin Nedenleri

- ❖ Zenginliğin artışı
- ❖ Daha fazla boş zaman
- ❖ İşgücündeki kadın oranının artışı
- ❖ Yaşam beklentilerinin artması
- ❖ Ürünlerin daha karmaşık oluşu
- ❖ Yaşamın karmaşıklığının artışı
- ❖ Ekolojiye ve kaynakların kıtlığına verilen önem
- ❖ Yeni ürünlerin sayısının artması



VİKİPEDİ
Özgür Ansiklopedi

gezinti

- Ana sayfa
- İçeriğe göz at
- Seçkin içerik
- Rastgele sayfa
- Yardım
- Deneme tahtası

katulum

- Vikipedi hakkında
- Topluluk portalı
- İş birliği projesi
- Köy çeşmesi
- Son değişiklikler
- Bağışlar

ara

Git Ara

araclar

- [Sayfaya bağlantılar](#)

madde

tartışma

[değiştir](#)

geçmiş

Kişi başına GSMH'ye göre ülkelerin listesi

Vikipedi, özgür ansiklopedi

Kişi başına GSMH göre ülkelerin listesi (2007):^[kaynak belirtmeli]

Sıra	Ülke	Kişi başına düşen GSMH Amerikan Doları
2	Lüksemburg	76.224
3	Norveç	65.785
4	İzlanda	56.364
5	Katar	53.539
6	İrlanda	49.533
6	İsviçre	49.485
7	Danimarka	48.530
8	Amerika Birleşik Devletleri	44.168
9	İsveç	39.562
10	Kanada	38.659
11	Hollanda	38.232
12	Avusturya	37.378
13	Finlandiya	35.333



Hizmet nedir?

- ❖ Gayri maddi olan ve gereksinimleri gideren tüm faaliyetler (Sarıyer 1996)
- ❖ Bir faaliyetin temel amacı veya unsuru olarak tüketici isteklerini giderici nitelikte, belirlenebilen soyut çabalar (Üner 1994)
- ❖ Üretildiği anda alıcıya değer aktaran soyut bir ürün (Konya 1998)



Hizmetlerin Özellikleri

- ❖ Soyutluk (dokunulmazlık, fiziksel varlığa sahip olmama)
- ❖ Heterojenlik (türdeş olmama)
- ❖ Üretim ve tüketimin eş zamanlılığı (ayrılmazlık)
- ❖ Dayanıksız olmaları (stoklanamama)



Fiziksel Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar

❖ Fiziksel ürünler

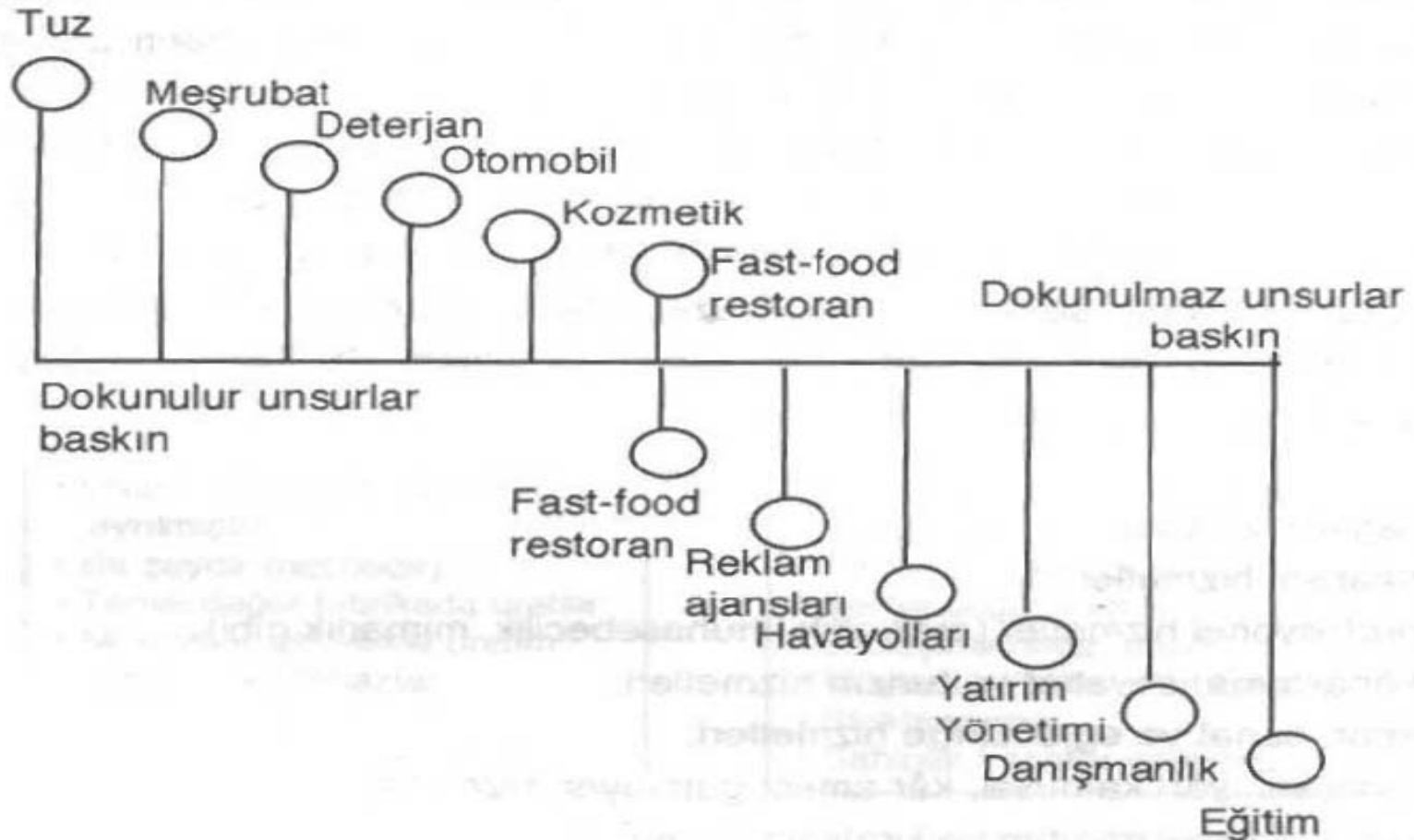
1. Dokunulabilir
2. Türdeş
3. Üretim ve dağıtım tüketimden ayrı
4. Bir nesne söz konusu
5. Temel değer fabrikada üretilir
6. Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmaz
7. Stoklanabilir
8. Sahiplik transfer edilebilir

❖ Hizmetler

1. Dokunulamaz
2. Türdeş değil
3. Üretim ve tüketim eş zamanlı süreçlerdir
4. Bir faaliyet ya da süreç
5. Temel değer, alıcı ve satıcı etkileşimlerinde üretilir
6. Müşteriler üretime katılırlar
7. Stoklanamaz
8. Sahiplik transfer edilemez



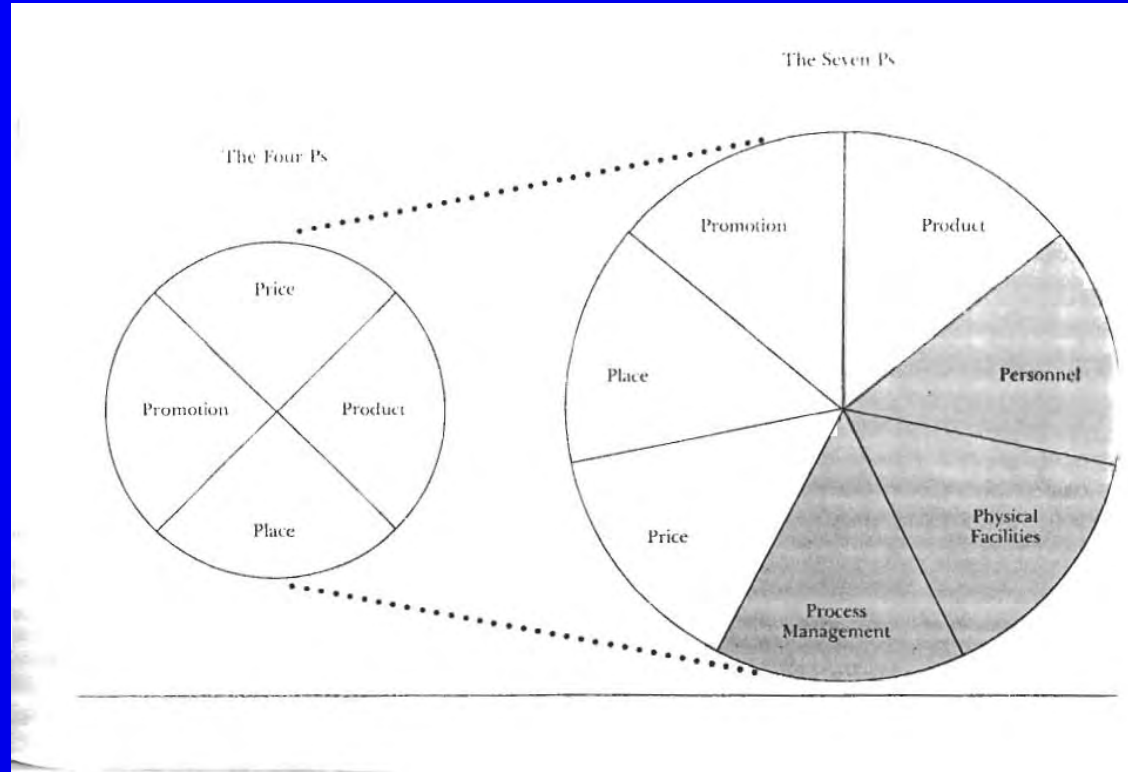
Dokunulabilirlik Özelliğine Göre Sıralama - Örnek





Hizmet Pazarlama Karması

- ❖ Hizmet
- ❖ Dağıtım
- ❖ Fiyat
- ❖ Tanıtım
- ❖ İnsan
- ❖ Fiziksel olanaklar
- ❖ İşlem yönetimi





Hizmet

- ❖ Miktar
- ❖ Kalite
- ❖ Seviye
- ❖ Marka
- ❖ Hizmet çizgisi
- ❖ Garanti
- ❖ Satış sonrası hizmetler



Hizmet Boyutları

- ❖ Çekirdek (core) hizmet
 - ❖ Tüketicinin gerçekten aradığı şey ne?
 - ❖ Hizmet hangi gereksinimi tatmin ediyor?
- ❖ Somut (tangible) hizmet
- ❖ Tüm (augmented) hizmet



Dağıtım

- ❖ Zemin
- ❖ Sunum kanalları
- ❖ Sunum sigortası



Fiyat

- ❖ Seviye
- ❖ İskonto
- ❖ Komisyon
- ❖ Taksit dönemleri
- ❖ Farklılık



Tanıtım

- ❖ Reklâm
- ❖ Kişisel satış
- ❖ Satış promosyonu
- ❖ Genele açıklık
- ❖ Halkla ilişkiler



Tanıtım Neleri Gerçekleştirmeye Çalışır?

- ❖ Hizmetin faydasını potansiyel müşterilere haber vermek
- ❖ Müşteri ile hizmeti bir araya getirmek
- ❖ Hizmeti önceden kullanan kişiye daha sonra bunu hatırlatmak
- ❖ Uygun imajı sağlayacak talebi elde etmek
- ❖ Hizmet ve örgütü farklılaştırmak



İnsan

- ❖ Eğitim
- ❖ Karar yetkisi
- ❖ Taahhüt
- ❖ Uyarım
- ❖ Görünüş
- ❖ Tavırlar
- ❖ Katılma derecesi
- ❖ Müşteri iletişimi



Personelin Niteliğini Yükseltmek İçin Yapılması Gerekenler

- ❖ Hizmet personelinin özenle seçilmesi
- ❖ Pazarlama hakkında hizmet içi eğitim
- ❖ Çalışanların tutarlı davranışlar içerisinde bulunmalarını sağlayacak uygulamalar
- ❖ İş ilişkilerine dayalı bir yapı
- ❖ Personeli dikkatli bir şekilde kontrol etmek



Fiziksel Olanaklar

- ❖ Çevre
- ❖ Mobilya
- ❖ Renkler
- ❖ Mizanpaj
- ❖ Kolaylaştırıcı aletler
- ❖ Havalandırma



Hizmet İşletmesinin Fiziksel Ortam Boyutları

1. Ortam koşulları
2. İlişkili düzen ve fonksiyonel olma
3. İşaretler, semboller ve maddeler (Bitner 1992)



İşlem Yönetimi

- ❖ Politikalar
- ❖ Süreçler
- ❖ Makinalaşma
- ❖ Karar mekanizması
- ❖ Müşteri katılımı
- ❖ Müşteri yönlendirmesi
- ❖ Aktivite akışı



Kâr Amacı Gütmeyen Pazarlama

- ❖ Pazarlamanın kapsamındaki genişleme
- ❖ 1960'ların ikinci yarısı
- ❖ 2002 yılı sonrası kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda pazarlama kullanımı %94
- ❖ Kâr amacı gütmeyen kuruluş: Kişilerin yaşamlarını olumlu yönde değiştirmeyi amaç edinen ve bu amaca yönelirken maddi çıkar beklemeyen kuruluş



Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar

- ❖ Dinle ilgili kuruluşlar
- ❖ Sosyal kuruluşlar
- ❖ Kültürel kuruluşlar
- ❖ Eğitim kuruluşları
- ❖ Koruyucu kuruluşlar
- ❖ Politik kuruluşlar
- ❖ Hayır kurumları
- ❖ Sosyal sorumluluk kuruluşlar (Kotler 1982)



Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar ve Pazarlama

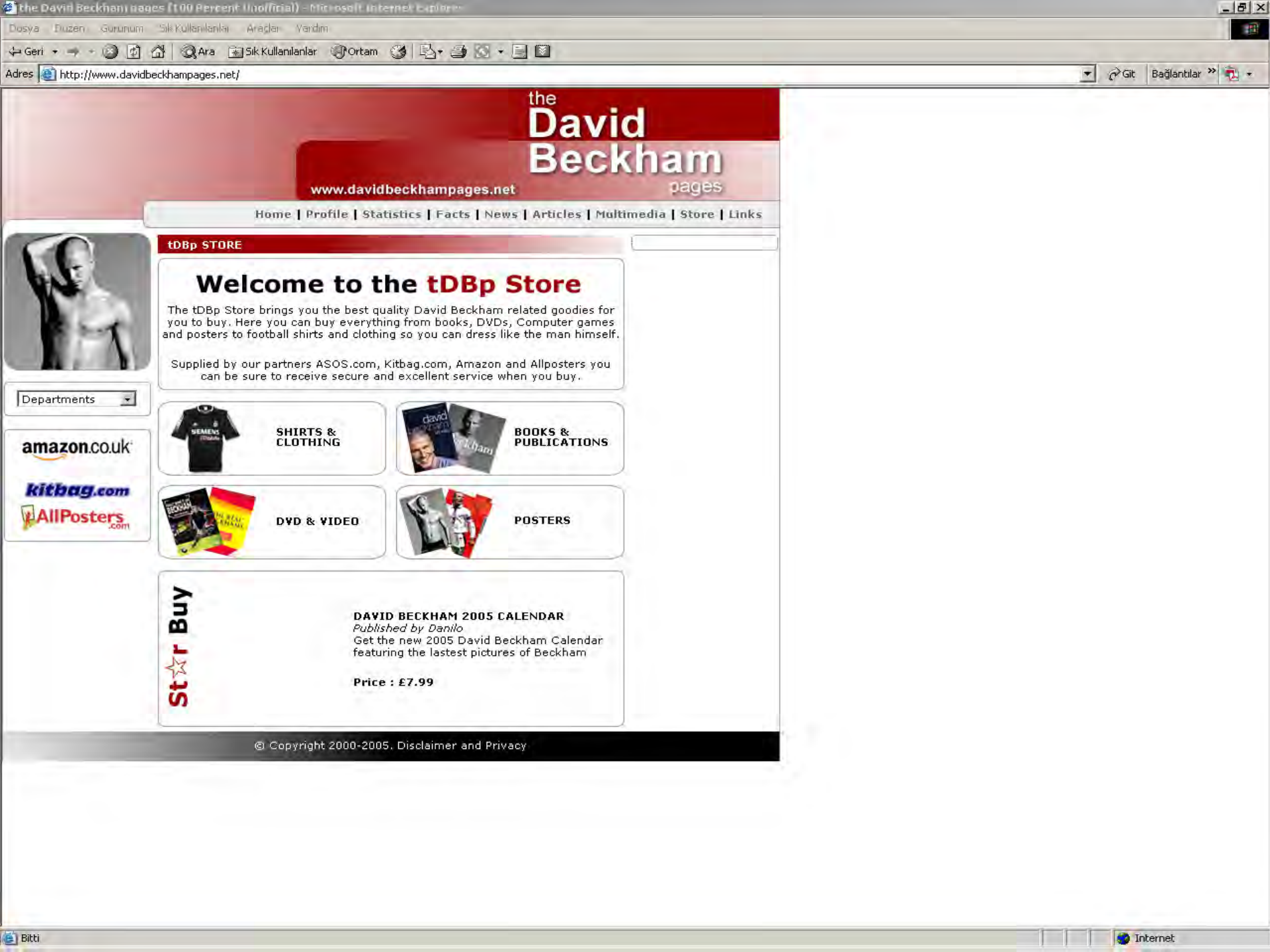
- ❖ Rekabetin artması
- ❖ Hizmet kalitesinde düşüş
- ❖ Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi
- ❖ Maliyetlerin artması
- ❖ Talepteki düşüş
- ❖ Tüketicinin bilinçlenmesi
- ❖ Kamu kuruluşlarında bütçe yetersizliği
- ❖ Toplum içinde olumlu bir imaj edinme isteği
- ❖ Zaman içinde tüketiciye verilen önemin artması



Kâr Amacı Gütmeyen Pazarlama Türleri

- ❖ Kişi
- ❖ Yer
- ❖ Düşünce
- ❖ Kurum

[iPod Store](#)



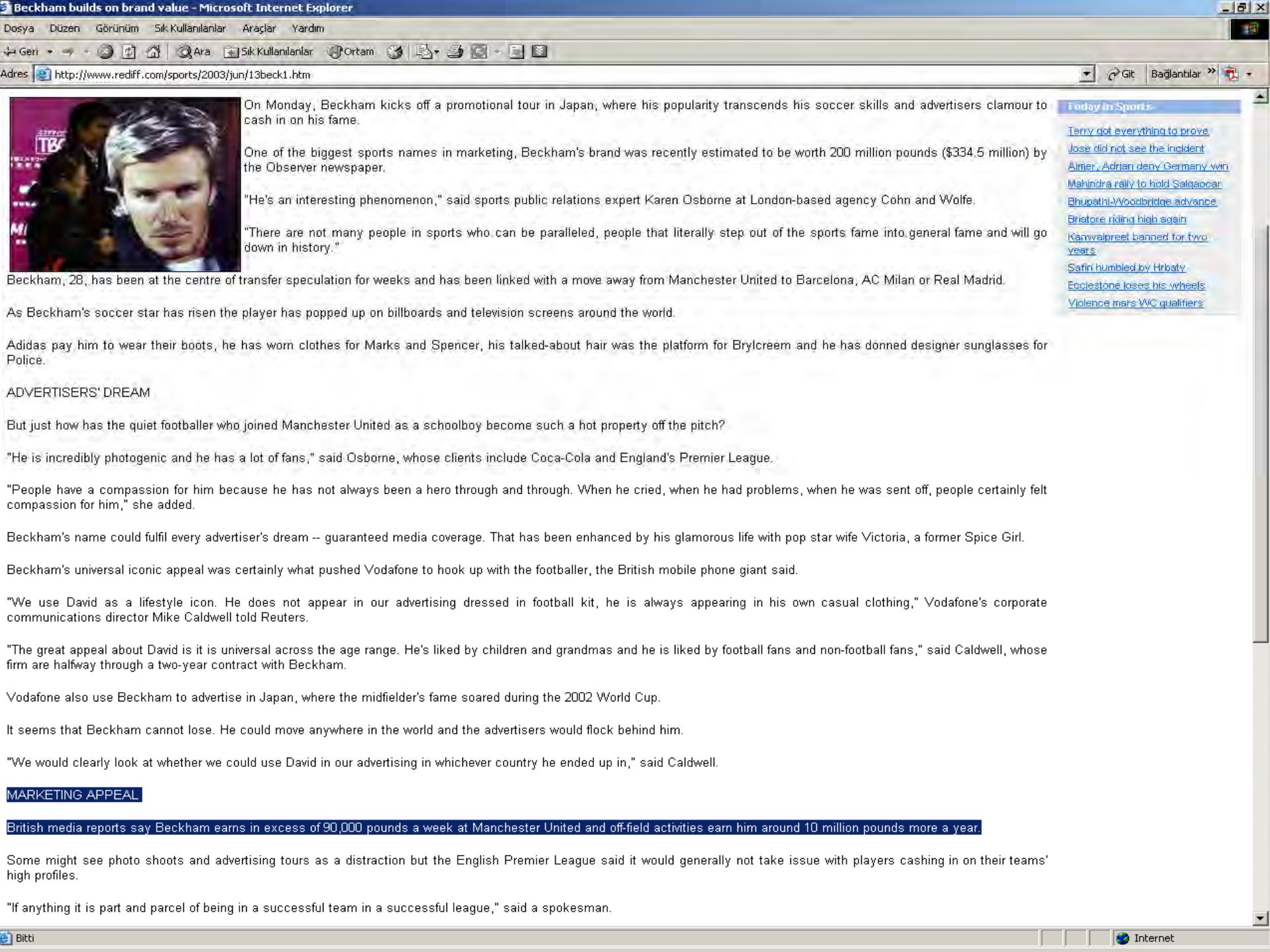


DOWNLOAD NOTES

Wallpaper is available in
800x600 and
1024x768 resolutions.

The correct resolution wallpaper will be selected for you automatically. If you have a smaller or greater screen resolution the nearest size will be selected.







Lets meet where the continents meet



City of Sydney

the Official Site

Visitors

What's On
Sydney Sculpture Walk
Disabled Access
City Panoramas
Eat Streets at night
Transport Links
Parking in the City
Shopping



Residents

Resident and Community Groups
Neighbourhood Service Centres
Waste and Recycling
Environment
Child Care Services
Disabled Access
Everyday Essentials
Parking in the City
Aged Services
Libraries
Rates
Bike Plan
City South Bicycle Plan
Redfern Waterloo Partnership Project

History

Barani (Yesterday)
City Archives
On-line exhibitions
Archives Image Library
Sydney History
Civic History
Historical Happenings
more...

New on the Site

What's On

Site Map

Contact us

About us

City Media Centre

City Store

City Map



CITY OF SYDNEY

Search

Keyword search go!

Business

Business in the City

Government & Business Info
City Statistics
Chambers of Commerce



Sydney City Marketing
Licensed Premises Accord

Development in the City

Plans and Policies
DAs on exhibition
City South Planning Info



Floor Space and Employment Survey

DA Forms
Small Permits: Appeal Panel
more...

Living City Services

Environment/Quality Management System Statement



more...

Council

Your Councillors
Council Meetings
Central Sydney Planning Committee

City Improvements

Oxford Street
Glebe Foreshore
Darlinghurst Road
more...

Organisation

A job with the City
Organisational Chart
Human Resources
Contact List

One Stop Shop

Tenders/EOI/Quotes
Fees and Charges
Road Closures

City Store

Pay your rates on-line
Council Publications



Historical Publications

Programs

City Banners
Safe City
Homelessness
Litter Strategy
Lights Camera Action
City South Community Bus

Publications

Annual Report
Report to Ratepayers

Venues

Pine Street Creative Arts Centre
Sydney Town Hall
Parks and Open Spaces



City Recital Hall
Customs House
Recreation Centres and Swimming Pools



The Council of the City of Sydney takes no responsibility for errors or

City News

29 March 2005

On Public Exhibition

Aboriginal & Torres Strait Islander Protocols - until 18 April
Code of Meeting Practice - until 13 April
Parking Meters - until 13 April
Youth Strategy - until 1 April

Mass Transit for Sydney's CBD and inner suburbs

City of Sydney commissioned report on Mass Transit for Sydney's CBD and inner suburbs.

The City of Sydney Signage and Advertising Structures Development Control Plan (DCP) 2005

Commenced Monday 28 March 2005.

Carlton and United Breweries

The Lord Mayor's statement on the withdrawal of Australand from the Kent Brewery site.

Significant Tree Register

Download the nomination form here.
Applications close Friday 8 April 2005.

2005/2006 Local Community Grants Program

The City of Sydney invites local, non-profit cultural and community service organisations to apply for funds under the Local Community Grants Program.
Applications close 1 April 2005.

Oxford Street Upgrade

March update now available to download.

Operation Cat

In conjunction with the Cat Protection Society, runs until 29 April 2005.

Prince Alfred Park Draft Plan of Management & Master Plan

View the presentations from workshops 1 and 2.

Subscribe to City News

News Releases

What's On

KrossArts

It's Playtime in Kings Cross. Sydney's artistic heartland is celebrating March 12 - 26

More Events

Subscribe to What's On

Don't just shop
Go to town

What is Sydney City Marketing?

The Sydney City Marketing program is based on a collaborative financial partnership between the City of Sydney and major City retailers, restaurant venues and media partners. The program coordinates and delivers cooperative marketing strategies and campaigns to promote the City as the leading retail and lifestyle destination in Australia. The strategies aim to increase visitation and retail spend whilst enhancing the strong City brand identity.

Who is involved?

- Angus & Robertson
- Chifley Plaza
- City of Sydney
- David Jones
- The Galleries Victoria
- Glasshouse
- GPO @ One Martin Place
- Grace Bros
- Imperial Arcade
- John Fairfax
- King Street Wharf
- McDonalds
- Mid City Centre
- MLC Centre
- News Ltd
- Piccadilly
- Queen Victoria Building
- Skygarden
- Sydney Central Plaza
- The Strand Arcade
- Visa International
- Westfield Centrepoint



What does Sydney City Marketing do?

A marketing plan is developed each financial year after consultation with all existing partners. The 2003/2004 plan focuses on weekly metropolitan advertising, seasonal campaigns built around special event periods with editorial and promotional opportunities and tourism advertising.

Past marketing has seen a significant number of benefits for partner businesses including increased traffic flow, higher sales and greater awareness of the City as a premier shopping, dining and entertainment destination.



How to contact us



icated to the **5 million people** who die every year because of tobacco consumption or passive smoking. It is also intended to their survivors, families and friends.

Stories

Tobacco Kills.
If you are looking for facts about tobacco related diseases, we invite you to check the Health effects of tobacco on the tobacco encyclopedia: [TobaccoPedia](#).

[Read](#) about families and friends of victims. Send us your story, we will publish it in this section. Our email address is:
victims@globalink.org
(remove the spaces)

This website is under the auspices of [GLOBALink](#), The International Tobacco Control Community

You are here: Home

WHAT'S ON SEARCH: go[Home](#) [Your Visit](#) [Exhibitions](#) [Collections](#) [Research & Conservation](#) [Activities & Events](#) [Schools & Students](#) [V&A and You](#) [Shop Online](#)

V&A South Kensington
V&A Theatre Museum
V&A Museum of Childhood
• More about the V&A Museums

FEATURED EXHIBITION:

International Arts and Crafts

• International Arts and Crafts website • Events • Tickets



Your Visit

- Opening Times
- Group Visits
- Gallery Closures
- More on Your Visit

What's On

Details of events on this date:

29 Mar 2005 go

Things To Do Online

- Tudor Joust
- Birthday Book
- Families Online
- Dressing the Part
- More Things To Do Online



Shop Online

- Bookings & Tickets
- Buying Images
- Shop Online

Help

- Having Problems with our Site?

Exhibitions

- Style and Splendour
- Joinedupdesignforschools
- Spectres: When Fashion Turns Back
- International Arts and Crafts

Collections

- Explore the riches of the V&A collections
- Access to Images
 - Architecture
 - Asia
 - British Galleries
 - Ceramics
 - Contemporary
 - Fashion, Jewellery & Accessories
 - Furniture & Furnishings
 - Glass
 - Historic Periods & Styles
 - Metalwork
 - Paintings & Drawings
 - Photography
 - Prints & Books
 - Sculpture

News

- News

Activities & Events

- Families
- Courses, Conferences & Lectures
- More on Activities & Events



Schools & Students

- Schools Events
- Style Lounge
- More on Schools & Students

Community Programmes

- South Asian Programme
- Chinese Programme
- Black Heritage Programme
- More on Community Programmes

Resources

- Archives
- National Art Library
- Opinions Service
- More on Resources

V&A and You?

- Membership
- Giving to the V&A
- V&A Magazine
- More on V&A and You

FuturePlan

- Introduction
- The Garden
- Completed Projects
- More on FuturePlan



V&A e-newsletter

Enter your email address here:

 subscribe

- Sample e-newsletter

London's Olympic Bid

- V&A supports London's 2012 Olympic Bid



Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Fiyatlandırma

- ❖ Üç aşama
 - ❖ Fiyatlandırma amacının belirlenmesi
 - ❖ Fiyatlandırma stratejisinin oluşturulması
 - ❖ Fiyat değişikliğinin yapılıp yapılmayacağı



Fiyatlandırma Amaçları

- ❖ Dört farklı fiyatlandırma
 - ❖ Gelir artırma (surplus maximization)
 - ❖ Maliyeti karşılama (cost recovery)
 - ❖ Pazar payını artırma (market size maximization)
 - ❖ Pazarı yıldıрма (market disincentivization)



Fiyatlandırma Stratejileri

- ❖ Maliyet ağırlıklı
- ❖ Talep ağırlıklı
- ❖ Rekabet ağırlıklı



Hizmet Pazarlaması

Umut Al

H.Ü. Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

umutal@hacettepe.edu.tr