



# **Pazarlama: Tanım, Tarihçe, Kavramlar**

**Umut Al**

**H.Ü. Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü**  
**[umutal@hacettepe.edu.tr](mailto:umutal@hacettepe.edu.tr)**



# Pazarlama – Tanımlar

- ❖ Tanım sayısının çokluğu
  - ❖ Anlayış farklılıkları
  - ❖ Tanımları yapanların özellikleri
  - ❖ Dar ve geniş anlamda yapılan tanımlar (Tek 1999)
- ❖ Müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini anlama ve bu çerçevede hizmetlerin nasıl tasarlanıp sunulabileceğini planlama işlemi
- ❖ Pazarlarla ilişki kurmak, insanların gereksinimlerini karşılamak amacıyla değişimi gerçekleştirmek



# Pazarlama – Tanım

- ❖ Pazarlama, kişilerin ve örgütlerin amaçlarına uygun şekilde değişimi sağlamak üzere, ürünlerin, hizmetlerin ve düşüncelerin yaratılmasını, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve satış çabalarını planlama ve uygulama sürecidir (American Marketing Association)



# Pazarlama – Tarihçe

- ❖ Gelişme sürecinde yapı taşları:
  - ❖ İş bölümü
  - ❖ Sanayileşme
  - ❖ Kentleşme
- ❖ XVIII. yy.
- ❖ Birinci Dünya Savaşı sonrası
- ❖ İkinci Dünya Savaşı sonrası



# Pazarlama Düşüncesinin Gelişimi

- ❖ 1900-10 keşif dönemi
- ❖ 1910-20 kavramsallaşma dönemi
- ❖ 1920-30 entegrasyon dönemi
- ❖ 1930-40 gelişme dönemi
- ❖ 1940-50 yeniden değerlendirme dönemi
- ❖ 1950-60 yeniliklere açılma dönemi
- ❖ 1960-70 farklılaşma dönemi
- ❖ 1970 sonrası sosyalleşme dönemi (Bartels 1988)



# Neler Pazarlanabilir?

- ❖ Ürünler
- ❖ Hizmetler
- ❖ Tecrübeler
- ❖ Olaylar
- ❖ Kişiler
- ❖ Mekânlar
- ❖ Mülkiyet hakları
- ❖ Kurumlar
- ❖ Bilgi
- ❖ Fikirler (Kotler 2000)



# Pazarlama – Temel Kavramlar

- ❖ Gereksinim, istek, talep
- ❖ Ürünler
- ❖ Değer, fiyat, tatmin
- ❖ Takas
- ❖ İlişkiler, ağlar
- ❖ Pazar
- ❖ Pazarlamacılar, müşteriler

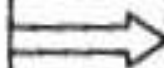
Gereksinimler  
istekler, ve  
talepler



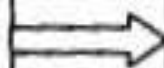
Ürünler  
(Mallar,  
hizmetler ve  
düşünceler)



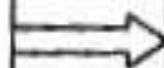
Değer, Fiyat  
ve Tatmin



Takas



İlişkiler ve  
ağlar



Pazarlar



Pazarlamacılar  
ve müşteriler





# Pazarlama – Temel Kavramlar - Gereksinim

## ❖ Gereksinim piramidi

- ❖ Kendini gerçekleştirme
- ❖ Değer ve başarı kazanma
- ❖ Sevgi ve ait olma
- ❖ Güven
- ❖ Fizyolojik gereksinimler





# Pazarlama – Temel Kavramlar – Gereksinim Sınıflandırması

- ❖ Fizyolojik => Yemek, içmek, barınmak ...
- ❖ Duygusal => Sevmek, sevilme, bir gruba ait olmak ...
- ❖ Zihinsel => Öğrenmek, bilgilenmek, beceri kazanmak ...



# Pazarlama – Temel Kavramlar - İstek

- ❖ Belirli tatminlerin gerçekleşmesi olayı
- ❖ Bireysel olarak kişinin sahip olmak istedikleri
- ❖ Bireyler
  - ❖ İstemedikleri şeye gereksinim duyabilir
  - ❖ Gereksinimi olmayan bir şeyi isteyebilir
- ❖ Gereksinim az, istek çok
- ❖ Toplumdaki sosyal güçler



# Pazarlama – Temel Kavramlar - Talep

- ❖ Elde edilebilecek belli bir ürüne yönelik istek
- ❖ Değişik talep durumları
  1. Düşük talep
  2. Fazla talep
  3. Uygun talep



# Pazarlama – Temel Kavramlar - Ürün

- ❖ Ürün: Gereksinim ya da isteği gidermek üzere pazarın dikkatine, alımına, kullanımına veya tüketimine sunulan herhangi bir şey
  - ❖ Mallar
  - ❖ Hizmetler
  - ❖ Düşünceler



# Pazarlama – Temel Kavramlar – Değer, Fiyat ve Tatmin

- ❖ Tüketici belli bir gereksinimini karşılamak için birçok ürün arasından nasıl seçim yapar?
  - ❖ Değer
  - ❖ Fiyat
  - ❖ Tatmin



✉ e-posta

★ favori listenize ekleyin

**Son 5 Yazı**[Heyecanın etkisi](#)[Rüzgar gibi geçti](#)[Nasıl iş bulabilirim?](#)[Bütünü görebilmek](#)[İf Film Festivali](#)**Kategoriler**[Pazarlama Fikirleri](#)[Pazarlama Stratejileri](#)[Tasarım](#)[« Reklam ölüyor](#) | [Ana Sayfa](#) | [Woody Ville neden başarısız? »](#)**Beklentiler vs fiyat**

Hafta sonunda evlilik yıldönümümüzü kutlamak için Şile'de, deniz kenarında, [Woody-Ville](#) adında küçük bir motele gittik. Burayı Internet'ten bulduk ve bir kaç yerden daha araştırdıktan sonra buranın iyi bir yer olduğuna karar verdik.

Fiyatı İstanbul'daki birçok 5 yıldızlı otelden fazlaydı. Gecelik, yarım pansiyon, kişi başı yaklaşık 70 USD, yani iki kişi için 140 USD verdik ve sonuç: Memnun kalmadık.

İlk bakışta, şunlar bizi hayal kırıklığına uğrattı:

- Asık suratlı yönetim
- Yavaş servis
- Temizlenmeyen odalar
- Az yemek çeşidi ve hijyenik olmayan yemek büfesi

Birkaç biradan ve konu üzerinde biraz tartıştıktan sonra, asıl problemin, 5 yıldızlı fiyatlara karşılık, tek yıldızlı servis/ürün almış olmamızdan kaynaklandığını farkettilik. Buradan hareketle şöyle bir formül oluşturabiliriz.

*Beklenti = fiyat(değer):* müşteri tatmin

*Beklenti < fiyat(değer):* müşteri çok memnun, fark yaratan ürün/servis

*Beklenti > fiyat(değer):* şikayetçi, mutsuz müşteri (Woody Ville)

---

Ağustos 30, 2004**Yorumlar**

---

Lütfen yorum yazın

---



# Pazarlama – Temel Kavramlar - Takas

- ❖ Bir ürün dört şekilde elde edilebilir
  1. Üretme
  2. Zorlama
  3. Rica
  4. Takas





# Pazarlama – Temel Kavramlar - Takas

- ❖ En az iki grup
- ❖ Her grup diğerinin işine yarayacak bir şeylere sahip olmalı
- ❖ Dağıtım ve iletişim olanakları
- ❖ Sunulan takas teklifinin kabul veya ret edilmesinde özgürlük
- ❖ Sunulan şeyin diğer gruba uygun olduğu inancı



# Pazarlama – Temel Kavramlar – İlişkiler ve Ağlar

- ❖ İlişkisel pazarlama
  - ❖ Müşteri
  - ❖ Sağlayıcı
  - ❖ Aracı
- ❖ Pazarlama ağları

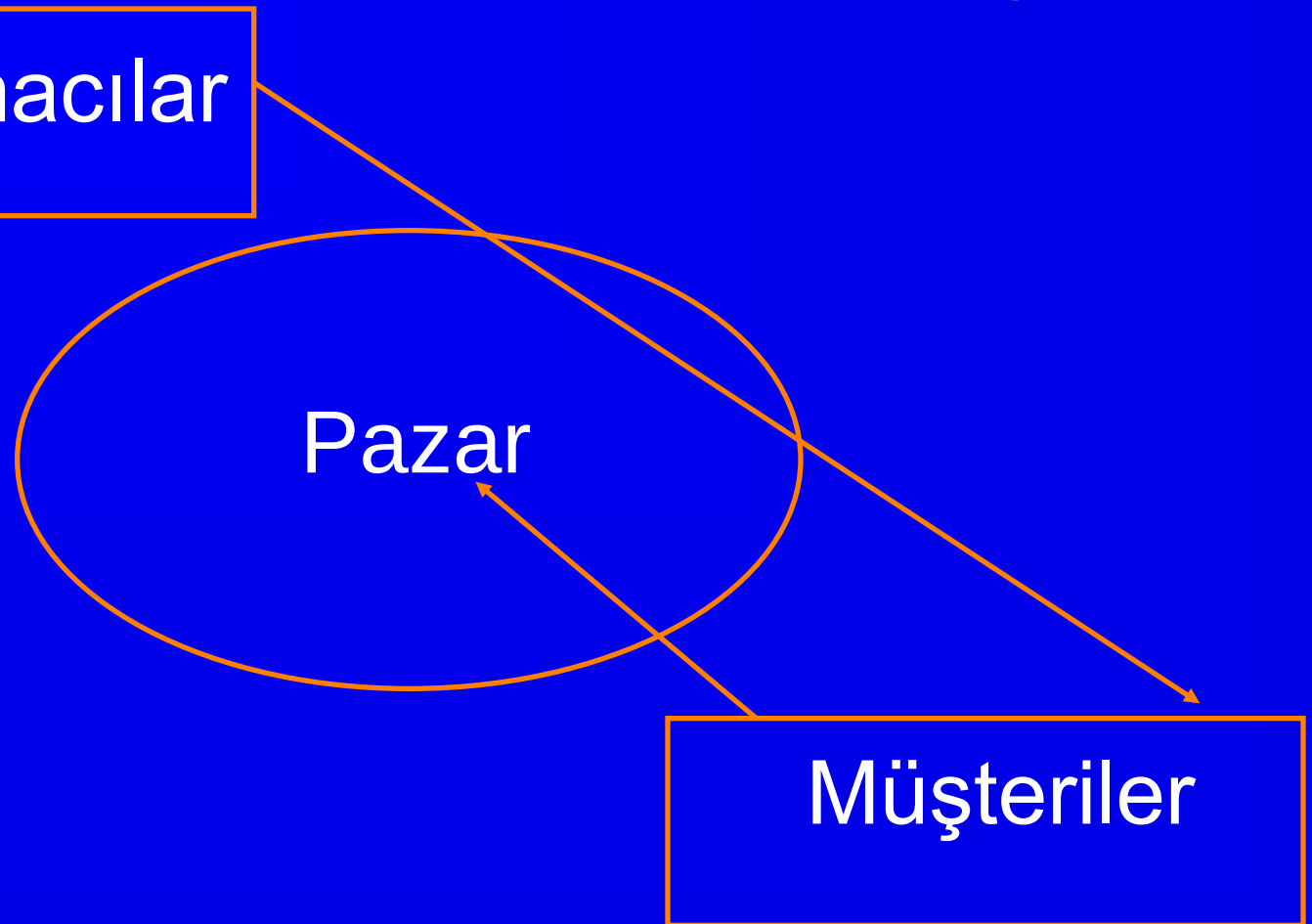


# Pazarlama – Temel Kavramlar – Pazar, Pazarlamacı ve Müşteri

Pazarlamacılar

Pazar

Müşteriler





# Pazarlamanın Aşamaları

- ❖ Kurumsal hedefleri ortaya koyma
- ❖ Mevcut durumu değerlendirme
- ❖ Pazarlama amaçlarını tanımlama
- ❖ Pazarlama araştırmasına başlama
- ❖ Pazarlama amaçlarında değişiklik
- ❖ Pazarlama stratejilerini oluşturma
- ❖ Stratejileri uygulama
- ❖ Başarıyı gözlemleme
- ❖ Stratejileri gözden geçirme



# Niçin Pazarlama?

- ❖ Değişim
- ❖ Fonlardaki azalma
- ❖ Rakip sayısındaki artış
- ❖ Hedefleri gerçekleştirebilme
- ❖ ...



# Pazarlamanın Hedefleri

- ❖ Kaliteli hizmet
- ❖ Süreklilik
- ❖ Güven
- ❖ Müşteri memnuniyeti
- ❖ Pazar payını korumak/artırmak
- ❖ En üst düzeyde kâr



# Pazarlamanın Hedefleri - Satış

- ❖ Doğru ürünün
- ❖ Doğru yerde
- ❖ Doğru zamanda
- ❖ Doğru satıcıyla
- ❖ Doğru fiyatla
- ❖ Doğru müşteriye



## Pazarlamanın Hedefleri – Satış Örn.

| Ürün  | Yer      | Zaman | Satıcı     | Fiyat     | Müşteri  |
|-------|----------|-------|------------|-----------|----------|
| Klima | Kutuplar | Yaz   | Yetenekli  | Çok uygun | Varlıklı |
| Klima | Adana    | Kış   | Yetenekli  | Uygun     | Varlıklı |
| Klima | Adana    | Yaz   | Yeteneksiz | Çok uygun | Varlıklı |
| Klima | Adana    | Yaz   | Yetenekli  | Pahalı    | Varlıklı |
| Klima | Adana    | Yaz   | Yetenekli  | Uygun     | Yoksul   |