

Bilgi Hizmetlerinin Pazarlanması

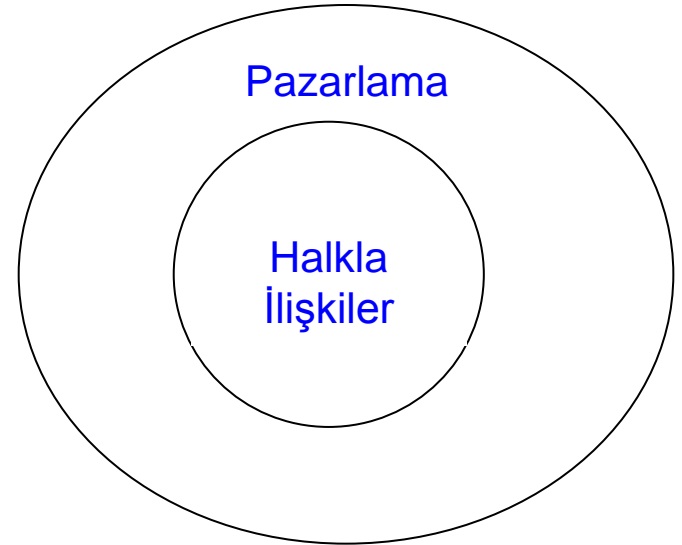
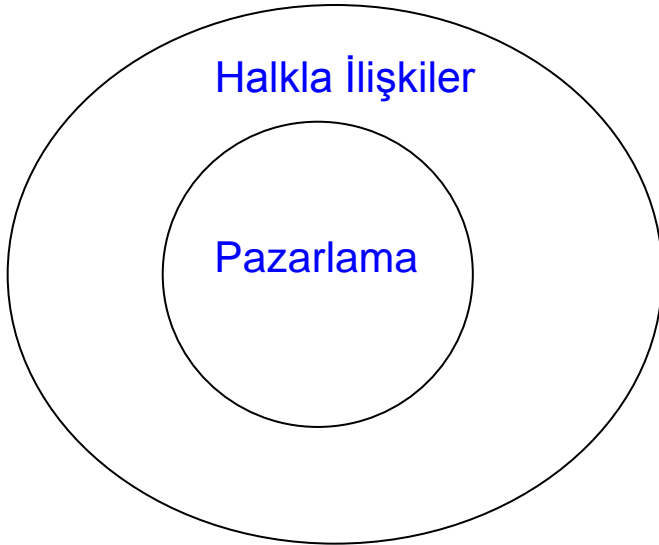
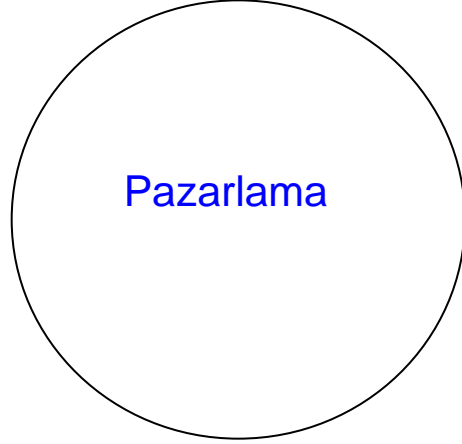
Umut AI

<http://yunus.hacettepe.edu.tr/~umutal>
umutal@hacettepe.edu.tr

Plan

- ❑ Pazarlama - halkla ilişkiler
- ❑ Pazarlama ile ilgili temel kavramlar
 - ❑ Pazarlama karması
 - ❑ Pazar bölümlendirmesi
 - ❑ Pazar araştırması
 - ❑ Pazarlama araştırması
- ❑ Bilgi merkezlerinde pazarlama
- ❑ Sosyal ağların pazarlamaya etkisi ve e-pazarlama
- ❑ Sonuç

Pazarlama – Halka İlişkiler



Hedefler

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

Pazarlama Karması

- Kurumun hedef pazarına ve belli amaçlarına ulaşmasını destekleyecek unsurların planlanmış bir bütünü



Pazarlama Karması

- ❑ Dönüşüm 4P => 4C
- ❑ Müşteri odaklılık
 - ❑ Product – Customer value
 - ❑ Place – Customer convenience
 - ❑ Price – Customer cost
 - ❑ Promotion – Customer communication
- ❑ Kişiselleştirilmiş hizmetler
- ❑ Çevre değişkenleri (teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel, politik) etkiliyor

Pazar Bölümlendirmesi

- ❑ Bir kurumun ürün ve hizmetlerine talep gösteren bireylerin oranı ile kurumun ürün ve hizmetleriyle ilgilenmeyen bireylerin oranına karar verme işlemi
- ❑ Şu soruların cevapları aranır:
 - ❑ Kurumun müşterileri kim?
 - ❑ Müşterilerin gereksinim ve beklentileri ne kapsamda benzerlik ve farklılık göstermekte?
 - ❑ Müşteriler arasında en yoğun kullanıcılar hangi grup?
 - ❑ Hizmetleri en az kullananlar kim?

Pazar Bölümlendirmesi

- ❑ Coğrafi yapı
 - ❑ Ülke, şehir, bölge, mahalle
- ❑ Demografik özellikler
 - ❑ Cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir
- ❑ Psikografik özellikler
 - ❑ Yaşam tarzı, kişilik
- ❑ Davranışsal değişkenler
 - ❑ Anlayış, tavır, ürün kullanımı



Pazar Araştırması

- ❑ Pazar bölümlendirmesi işleminden önce yapılır
- ❑ Pazarları tanımlamayı, ölçmeyi ve sınılamayı amaçlar
- ❑ Hangi ürün/hizmet ne amaçla, kimler tarafından, nasıl, ne kadar ve nereden elde edilmektedir sorularına cevap verir

Pazar Araştırmasının Aşamaları

- ❑ Problemin tanımlanması
- ❑ Amaçların tanımlanması
- ❑ Bilgilerin nereden elde edileceğinin saptanması
- ❑ İkincil verilerin toplanması
- ❑ Araştırma tekniğinin tasarlanması
- ❑ Örneklemenin alınması
- ❑ Birincil verilerin toplanması
- ❑ Verilerin analizi
- ❑ Bulguların sunumu

Pazarlama Araştırması

- ❑ Pazar bölümlendirmesi ve pazar araştırmasını kapsar
- ❑ Pazarlama fırsat ve problemlerini tanımlama
- ❑ Pazarlama faaliyetlerini deęerlendirme ve oluřturma
- ❑ Pazarlama performansını izleme
- ❑ Pazarlama faaliyetini gerçekleştiren ile müşteri arasında ilişki kuran bir işlem

Bilgi Merkezlerinde Pazarlama - Tarihçe

- ❑ 1876 - ALA Konferansı
- ❑ Kuzey Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri
- ❑ Kütüphane reklâmı: 1896
- ❑ Kütüphanelerin işletme olarak düşünülmesi: 1897
- ❑ Pazarlama amaçlı broşürlerin kullanımı: 1916
- ❑ Kütüphane hizmetlerinin pazarlanması ile ilgili üniversitede ilk derslerin verilmesi: 1963

Bilgi Merkezlerinde Pazarlama

- ❑ Pazarlamaya ilişkin önyargılar
- ❑ Beş temel öge bağlamında kullanıcıya verilen önemin artması
- ❑ Bilgi hizmetlerinin pazarlanmasında amaç;
 - ❑ Bilgi merkezinin mevcut durumundan iyi görünmesini sağlamak olmamalı
 - ❑ Var olmayan hizmetleri varmış gibi göstermek olmamalı
 - ❑ Verilen hizmetleri abartarak kullanıcı grubuna sunmak olmamalı

Bilgi Merkezleri Neden Hizmetlerini Pazarlar?

- ❑ Pazarlama bir yönetim anlayışı
 - ❑ Bilgi merkezi yöneticilerine kullanıcıların gereksinimlerini anlama olanağı sağlar
- ❑ Bilgi merkezi yöneticileri sadece hizmet verdikleri kullanıcı gruplarıyla ilgilenmezler
 - ❑ Pazarlama kullanıcı olmayan gruplarla ilgilenirken, onlara uygun bilgi sağlamak için bu grupların bilgi gereksinimini belirlemede yardımcı olur
- ❑ Bilgi merkezi imajında değişiklik (Ojiambo 1994)

“Müşteri Daima Haklıdır”

- ❑ Bilgi merkezlerinin müşterileri kullanıcılar
- ❑ Pazarlama, müşteriye istediği şeyi, istediği zamanda ve maliyeti ne olursa olsun vermek şeklinde anlaşılmalı
- ❑ Bununla birlikte müşteriler;
 - ❑ Bilgi merkezine değil, bilgi merkezi onlara bağlıdır
 - ❑ Bilgi merkezinin olmazsa olmaz parçasıdır
 - ❑ Önyargıları ve eğilimleri olduğu gerçeğinden hareketle sadece istatistik olarak görülmemelidirler

Geleneksel Pazarlama

Pazar

Müşteriler

Ürünler-hizmetler

Pazarlamacılar

Web 2.0

Pazar
Ürün-hizmet
Müşteri
Pazarlamacı

Müşterilerin E-Pazarlamaya Bakışı

- ❑ Fiyat karşılaştırması
- ❑ Ürün ya da hizmetin sunulduğu yere gidilmemesi
 - ❑ Zaman kaybı, trafik, park yeri, kuyruklar ...
- ❑ Diğer müşterilerin ürün ya da hizmet hakkındaki düşünceleri

Web 2.0'ın Pazarlamaya Getirdikleri

- ❑ Birçok şirket reklâmlarını yaymak için önce Facebook'u sonra kendi web sitesini kullanıyor
 - ❑ 845 milyondan fazla kullanıcı
 - ❑ 425 milyondan fazla kullanıcı mobil araçlarla Facebook kullanıyor
- ❑ Kolay ölçülebilirlik
- ❑ Pazar araştırmaları için çok büyük boyutlu veri havuzu
- ❑ Küreselleşme

Sayfa Oluştur

Sponsorlu

CB PATRONLAR DÜNYASI



106 yıldır bu yolda
Franchiselarımızla birlikte
yürüyoruz. Sizi Patronlar
Dünyasına Davet ediyoruz.

KELLİĞE ÇARE BULUNDU!

pordit.org



Azimli Mucidin Formülü Saç
Sorununu Çözdü! Türk
Girişimci Mehmet ÇINAR'ın
Ürünü İncele.

Günümüz

Mart

2012

2011

Facebook'a katıldı



Bilkent University Library

3.857 kişi beğendi · 47 kişi hakkında konuşuyor

Beğen

Mesaj



Kütüphane

Main Campus Library Building, Bilkent, 06800 Ankara, T...

3122664472



Fotoğraflar

3.857

Beğenenler



Etkinlikler



Videolar

Hakkında

Öne Çıkanlar



Bilkent University Library

19 saat önce

Prof. Fazlı Can

"Mobile Information Retrieval"



19 Arkadaş

Bilkent University Library'yi Beğendi



+10

Beğenenler

Tümünü Gör



**Bilkent University Faculty of Economics,
Administrative and Social Sciences**
University

Beğen



Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü

Sohbet (Çevrimdışı)



ODTÜ Kütüphanesi

@METULibrary

METU Library has one of the largest and the most valuable collections in Turkey.

Ankara / Türkiye <http://www.lib.metu.edu.tr>

Follow



357 TWEETS

86 FOLLOWING

843 FOLLOWERS

Tweet to ODTÜ Kütüphanesi

@METULibrary

Tweets

Following

Followers

Favorites

Lists

Similar to ODTÜ Kütüphanesi



JSTOR @JSTOR
Follow



Learning Commons @umassic
Follow



Harvard Library @HarvardLibrary

Tweets



ODTÜ Kütüphanesi @METULibrary 13 Apr
Chemical Abstract Service (CAS) accepts students for the SciFinder Future Leaders in Chemistry Program 2012. See bit.ly/HDw72S



ODTÜ Kütüphanesi @METULibrary 11 Apr
InCites Institutional Profiles Module Trial Access will be on trial access till 30 April 2012. Please visit bit.ly/10Uun8 for details.



ODTÜ Kütüphanesi @METULibrary 11 Apr
JSTOR journals archive collections and Aluka databases will be on trial access until 30 April 2012. Visit bit.ly/ICBRqs for details.



ODTÜ Kütüphanesi @METULibrary 11 Apr
Please visit bit.ly/HyulpK for the survey about Book Citation Index by Thomson Reuters.



ODTÜ Kütüphanesi @METULibrary 8 Apr
EBSCOhost eBook Collection database will be on trial access till 30th May 2012. Please visit bit.ly/HqAQ7p for details.



Search bar

Browse Upload

Create Account Sign In



BilkentLibrary's channel

Subscribe

36 subscribers

14,026 video views

Featured

Feed

Videos

Search Channel

Uploaded Videos (101)

Date added (newest - oldest)

Uploaded Videos

Playlists



Child Brides

1 views 41 minutes ago



The Wisdom of Groupwork

5 views 1 week ago



İşıl Yılmaz - Bilkent'te Kütüphaneci...

96 views 2 months ago



36:31



38:14



16:06

Sonuç

- ❑ “Pazarlama satış değildir”
- ❑ Bilgi merkezleri birer işletme
- ❑ Bilgi merkezlerinde verilen hizmetlerden kâr elde etme amacı güdülmüyor
- ❑ Hizmetlerin bir maliyeti var
- ❑ Kullanıcıları tanımak
- ❑ Kişiselleştirilmiş hizmetler
- ❑ Kullanıcılar neredeyse orada olmak
- ❑ Bilgi merkezlerinin imaj sorunu

Bilgi Hizmetlerinin Pazarlanması

Umut AI

<http://yunus.hacettepe.edu.tr/~umutal>
umutal@hacettepe.edu.tr