

Pazarlama karmasının **Tutundurma değişkeni**, pazar iletişimlerinin müşterilere ve diğer çıkar gruplarına örgüt ve örgütün ürünleri hakkında bilgi vermek için nasıl kullanıldığını ifade eder. İnternet ve dijital pazarlama teknikleri oldukça önemlidir, pazarlama iletişimi planlaması için önemli etkilere sahiptir ve bu yüzden de dijital tanıtım Ünite 8 ve 9'da derinlemesine incelenmiştir. Bu ünite de ise hedef Tutundurma'nın çekirdek unsurlarının kısaca ana hatlarını çizmektedir.

Jobber ve Ellis-Chadwick (2013) şöyle demektedirler: "İyi iletişim başarılı pazar odaklı işletmeler ve markaları için hayat damarıdır. Ancak iyi iletişimi oluşturmak bir çok zorluk çıkarabilir." Dijital teknoloji bireylerin ve işletmelerin iletişim kurma yollarını, iletişim kurdukları kanalları ve karşılaşılan temas noktalarının sayısını değiştirmektedir. Modern işletmeler, hedef kitlelerine mesajları ulaştırma amacıyla fırsatları ençoklamak için iletişim araçlarının kullanımına yönelik daha bütünleşik yaklaşımlar geliştiriyorlar. Tutundurma amaçlı karmanın, bir işletmenin iletişime geçmek için kullanabileceği - Chaffey ve Smith (2012) tarafından özetlenen- unsurları ve bu unsurların muadilleri Tablo 5.3'de gösterilmiştir.

Karmanın Tutundurma unsurunun açıklanması genellikle iletişim stratejisinin bir parçasıdır. Bu ise hedef pazarların seçimini, konumlandırmayı ve farklı iletişim araçlarının bütünleştirilmesini kapsar. İnternet, müşterileri ürünün yararları hakkında bilgilendirmek ve satın alma kararında yardımcı olmak için yeni, ek pazarlama iletişim kanalları sunar. Karmanın Tutundurma unsurunu çeşitlendirmek için internetin nasıl kullanılabileceğiyle ilgili farklı yaklaşımlar şöyledir:

- 1 iletişim karmasının her bir unsurunu - reklamcılık, satış tutundurma, PR ve doğrudan pazarlama gibi- uygulamaya koymanın yeni yollarını incelemek;
- 2 satın alma sürecinin farklı aşamalarında internetin nasıl kullanılabileceğini değerlendirmek;
- 3 müşteri edinmeden elde tutmaya kadar müşteri ilişkisi yönetiminin farklı aşamalarında yardımcı olmak için reklam amaçlı araçlar kullanmak. Bu ise web bağlamında, siteye gelen ilk ziyaretçileri ve tekrar ziyaretlerini aşağıda belirtilen iletişim teknikleriyle edinmeyi kapsar:

Pazarlama karmasının Tutundurma değişkeni, pazar iletişimlerinin müşterilere ve diğer çıkar gruplarına örgüt ve örgütün ürünleri hakkında bilgi vermek için nasıl kullanıldığını ifade eder. İnternet ve dijital pazarlama teknikleri oldukça önemlidir, pazarlama iletişimi planlaması için önemli etkilere sahiptir ve bu yüzden de dijital tanıtım Ünite 8 ve 9'da derinlemesine incelenmiştir. Bu ünite de ise hedef Tutundurma'nın çekirdek unsurlarının kısaca ana hatlarını çizmektedir.

Jobber ve Ellis-Chadwick (2013) şöyle demektedirler: "İyi iletişim başarılı pazar odaklı işletmeler ve markaları için hayat damarıdır. Ancak iyi iletişimi oluşturmak bir çok zorluk çıkarabilir." Dijital teknoloji bireylerin ve işletmelerin iletişim kurma yollarını, iletişim kurdukları kanalları ve karşılaşılan temas noktalarının sayısını değiştirmektedir, Modern işletmeler,

hedef kitlelerine mesajları ulaştırma amacıyla fırsatları enoklamak için iletişim araçlarının kullanımına yönelik daha bütünleşik yaklaşımlar geliştiriyorlar. Tutundurma amaçlı karmanın, bir işletmenin iletişime geçmek için kullanılabileceği - Chaffey ve Smith (2012) tarafından özetlenen-unsurları ve bu unsurların muadilleri Tablo 5.3'de gösterilmiştir.

Karmanın Tutundurma unsurunun açıklanması genellikle iletişim stratejisinin bir parçasıdır. Bu ise hedef pazarların seçimini, konumlandırmayı ve farklı iletişim araçlarının bütünleştirilmesini kapsar. İnternet, müşterileri ürünün yararları hakkında bilgilendirmek

ve satın alma kararında yardımcı olmak için yeni, ek pazarlama iletişim kanalları sunar. ... Karmanın Tutundurma unsurunu çeşitlendirmek için internetin nasıl kullanılabileceğiyle

ilgili farklı yaklaşımlar şöyledir; "1 iletişim karmasının her bir unsurunu - reklamcılık, satış tutundurma, PR ve doğrudan

- pazarlama gibi- uygulamaya koymanın yeni yollarını incelemek;

2 satın alma sürecinin farklı aşamalarında internetin nasıl kullanılabileceğini değerlendirmek; . 3 müşteri edinmeden elde tutmaya kadar müşteri ilişkisi yönetiminin farklı aşamalarında

yardımcı olmak için reklam amaçlı araçlar kullanmak. Bu ise web bağlamında, siteye gelen '. ilk ziyaretleri ve tekrar ziyaretlerini aşağıda belirtilen iletişim teknikleriyle edinmeyi

kapsar: