**5 Yeni Oran geliştirme hızı**

Yeni ürünleri ve konseptleri denemek ve farkh se,enelderini çevrirniçi pazar

araştırmasıyla keşfetmek mümkün olduğundan internet yeni .nletin daha htzlı geliştirileb[lmesini mümkün kilan bir platform sağlamaktadır. Işletmeler kendi müşteri panellerini genel kazayı test etmek için geleneksel pazar anştırmasından daha hızlı ve genellikle daha düşük ruabyettelwilanabilidec Google oldukça yenilikçi bir işletme ve birçok başarısı ve başarısızlığa mevcuttu, örnegin GoogleAdwords (başarı) ve Google Bu. and Wave (başarısızlık), Google Glass glyilehilir teknoloji ve artırdı, gerçeklik Orlükleri - rafa kaldırıldı (Glbbs, **2015)).** Yeni ürün geliştirme hızının bn başka yönü de internetin ag etkisinin, işletmeleri yeni ürünler ortaya sunmak için kolaylıkla ortaklık kurrnalarmı sağlayabilmesid.

**6 Yeni ürün yayılmasının hızı**

İnternetin ilk zamanlarında, Qııelch ve Klein (1996) rekabetçi, kalmak için işletmelerin yeni ürünleri **uluslararası pazarlara daha hızlı sunması gerektiğine dikkat çektiler. Ayrıca *Devrihne*** *Nokta.* **(2000)** kitabında Malcohn Giadwell ağızdan ağıza iletişimin. özellikle ii..net yoluyla, yeni ürünlerin beMmsenmesi **üzerindeki** etkisinin önemini vurguladı. On. 9'de, pazarlamacılarm bu sonuca "virai pazarlama. olarak bilinen yüntemie nasıl etldde bulunmaya çalıştıkkruu gineceğiz.

Marsden **(2004)** pazarlamacilar için **dıwrılıne noktalert göstergeleri'. iyi bir** özetini sunuyor. "Şosyal salgın,. bilimini kullanarak ***Devrihne Noktası,.*** fikirlerin, ürünlerin a ve davranışların bir toplumda hızlıca **yayılmasini de...eyen** üç **ana ilkesini** açıkladığını" snyhiyor. **Donuno etkisi tetildendiğinde ve bir talep salgını bir** toplumda oldukça butaŞS❑ bir **vi,s gibi yayıldiğında pazarlarnacılann yeni bir ürün** ya da hizmet için bir devrilıne noktas, yaratmada nasıl yardımcı olacağı konusunda tavsiyelerde bulunmaktadır.

***Devrilıne Noktası* ile ilgili** aç e, **yasa var.:**

**1 Nadir o. yasası**

**Bu yasa herhangi bir yeni lirpn ya da hizmetin yardımının, sosyal olarak bağlar.' ve hem ağızdan ağına hem taklItçl davranışla!, beMmsemeyi teşvik eden bağlayıcılarm Ilk bchimsemesine bağlı olduğunu iddia** etmektedir. **Çevrimiçi bir bağlamda bu bağlayıcı!ar fıkirlerMiyarmakiçin kişisel** blogları,e-posta haber bültenlerini ve podcastlerikufianabilirleC

**2 Yapışkaolık faktörü**

Genci **olarak bu da TV kanalı ya da** bis **internet sitesi gibi bir araca ne kadar ,yapışms,'** olduğumuzu ifade **eder ancak bu bağları) da iirüniin ya da markanın özelliğine ve nitelilderine olan bağlılığı ifade eder. Gladwell, ürünü** etkili hale georrnede denemenin **ve pazar** araştırmasınua **önemine vurgu yapar. Marsden ise belin başarısı için esas iticiler olan belirli** farklı **kategoriler için de geçerli nitelikleri olduğunu ileri** sürmekte.. **örneğini**

* ***lıfiıkemmelty, em* iyi tl, olarak afgclarimaka**
* ***Eşsizlikı bir* tür açık farklılaşına:**
* .rdım: duygusal bağlılığı destekler;
* *Maliyet* para ıçin algılanan **değer.**

**3 Bağlanan gücü**

**Giadwelt (2000) bulaşıcı hastalıklarda** olduğu **gibi liriöllerül ve davranışların da sadece ortaya abldikları fiziki, sosyal ve zibirısel bağlarma uyduldarında geniş** çapta yayıldığı. bdirYo' Basitçe **grafitileri trerıle.en** kakiırarak ve bdeşçilige fırsat vermeyerek **ani** bir yavaş...), 81.n **New York metrosurıdaki ,** dalg,asınuı **bir örneğini veriyor. *O riınle.*** bağiandarın, derunüanna ve•kullamm sebeplerine **uygun olinası için tasarianıp tes( camı. .gc'ekta4! söylenebilir.**