

BÖLÜM 12

MÜŞTERİ İLE ETKİLEŞİMDE GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA (REAL TIME MARKETING) FAALİYETLERİ

V. Özlem AKGÜN¹
Çağrı EKMEKÇİ²

“Gerçek zamanlı bilgi farkındalığı, belli ki size çok büyük rekabet avantajı sağlayabiliyor; onu nasıl kullanacağımızı bilerseniz. Bu benim, ekonominin büyüdüğü, enerji ve iyimserlik dolu 1980’lerde Wall Street’te çalışırken aldığım önemli bir dersti.”

Gerçek Zamanlı Pazarlama ve Halkla İlişkiler

D. M. Scott, 2010

GİRİŞ

Günümüzde dijitalleşme ile birlikte gündem, inanılmaz bir hızla değişmektedir. Bu nedenle, çevrim içi platformlarda hızla popüler olan bir konu başlığının, günler hatta saatler içinde bu popülerliğini yitirmesi ihtimal dahilindedir. Markalar, baş döndüren rekabet yarışında geride kalmamak ve anı yakalamak için çevrim içi platformları düzenli olarak takip etmek ve bu platformlardaki kullanıcılara yönelik pazarlama faaliyetlerini eş zamanlı olarak sürdürmek durumundadır. Hızlı ve atak olmak, hiç olmadığı kadar önemlidir bugünün pazarlama dünyasında. Bunu başarmanın yollarından bir tanesi ise, müşterilerle gerçek zamanlı iletişim kurulmasını mümkün kılan gerçek zamanlı pazarlama/real time marketing faaliyetlerinin takibinden geçmektedir. Gerçek zamanlı pazarlama, harici olaylara ve birtakım tetikleyicilere markaların anında yanıt vermesi ve uygulamaya geçmesidir. Gerçek zamanlı pazarlama ile markalar; hâlihazırda güncel olan ve tüketicilerin ilgisini çeken konuları, kendilerine avantaj yaratacak biçimde kullanarak, geniş kitlelere markalarını duyurabilmekte, istedikleri mesajları çok daha hızlı biçimde hedef kitlelerine iletebilmektedir.

1 Dr. Öğr. Üyesi V. Özlem AKGÜN, Selçuk Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Lojistik AD., ozlemakgun@selcuk.edu.tr

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Çağrı EKMEKÇİ, Selçuk Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü cagriekmekci5@gmail.com

alanına olan katkısı ve gerçek zamanlı pazarlama kavramı geniş kapsamda incelenmiştir. Ayrıca literatürde bulunan gerçek zamanlı pazarlama ve gerçek zamanlı pazarlamanın tüketiciler üzerindeki etkisini araştıran çeşitli çalışma sonuçlarına yer verilmiştir. Bununla birlikte; farklı sektörlerden seçilen markaların, sosyal medyada paylaştıkları ve tüketicilerin ilgisini çekmeyi başarmış çeşitli gerçek zamanlı pazarlama örnekleri de görsellerle birlikte okuyucuların ilgisine sunulmuştur. Yapılan çalışma gerek teorik olarak gerçek zamanlı pazarlama kavramını farklı yönleri ile alması ve bu kavrama yönelik saha çalışmalarını içermesi gerekse sosyal medyada paylaşılan başarılı gerçek zamanlı pazarlama örneklerine yer vermesi açısından literatüre katkı sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

- Akçay, D. & Okay, İ. (2017). Real time marketing implementations: example of Kadıköy municipality, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 7(1). 99-110.
- Aydın, D., Bişkin, Ü. F. & Gürsoy, B. (2019). Gerçek zamanlı pazarlamanın içerik özellik ve stratejilerinin uzman görüşü ve örnek uygulamalar üzerinden bir değerlendirmesi. *Akdeniz İletişim*, 32, 192–216.
- Banerjee, S., Borah, A., Eisingerich, A., & Yuting Lin. (2019). What Gives “Real-Time Marketing” Its Bite? A Byte of Humor. *AMA Winter Educators’ Conference Proceedings*, 30, BD-27-BD-28.
- Baran, H. & Öymen, G. (2020). Gerçek zamanlı pazarlamanın markalar üzerindeki rolü: “Game of Thrones” örneği. *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi (HİRE)*, 3(1), 80-107.
- Bazarcı, S. & Mutlu, B. (2017). Yeni bir pazarlama iletişimi yaklaşımı olarak gerçek zamanlı pazarlama: Markaların sosyal medyadaki paylaşımları üzerine bir inceleme. 1. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*. 116-131.
- Bozkurt, Y. (2020). Markaların Sosyal Medyada Gündem Kullanımı: Gerçek Zamanlı Reklamlar. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 344-365.
- Chawla, Y. & Chodak, G. (2021). Social media marketing for businesses: Organic promotions of web-links on Facebook. *Journal of Business Research*, 135, 49–65.
- Garner, R. (2012). *Search and social: the definitive guide to real-time content marketing*. John Wiley & Sons
- Kerns, C. (2014). *Trendology: Building an advantage through data-driven real-time marketing*. Springer.
- Kotlyar, B. (2013). *Real-Time Marketing Explained*. Dachis Group Sprinkl, 1-6.
- Liao, L. & Huang, T. (2021). The effect of different social media marketing channels and events on movie box office: An elaboration likelihood model perspective. *Information & Management*, 58(7).
- Lieb, R.; Groopman, J. & Li, C. (2013). A Market Definition Report, Real-Time Marketing: The Agility to Leverage ‘Now. *ALTIMETER*, 1-18.
- Macy B. & Thompson T. (2011). *The Power of Real-Time Social Media Marketing ‘How to Attract and Retain Customers and Grow the Bottom Line in the Globally Connected World.*, The McGraw-Hill Companies
- Mazerant, K., Willemsen, L. M., Neijens, P. C., & van Noort, G. (2021). Spot-On Creativity: Creativity Biases and Their Differential Effects on Consumer Responses in (Non-)Real-Time Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 53, 15–31.
- Saravanakumar, M., & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life science journal*, 9(4), 4444-4451.
- Scott, M.D. (2010). *Gerçek Zamanlı Pazarlama ve Halkla İlişkiler*. (Çev. A. Özer). MediaCat, İstanbul.

bul.

- Summak, M. E., & Arı, İ. (2015). The Influence of Real-Time Marketing on Social Media Users: A Study on Users of 'Ekşi Sözlük'. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 18(2), 57-72.
- Terkan, R. (2014). Sosyal medya ve pazarlama: Tüketicide kalite yansımaları. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 57-71.
- Toksarı, M. (2018). Küresel Rekabet Dünyasında Pazarlama 4, 0'ın ve Gerçek Zamanlı Pazarlamanın (Real Time Marketing) İşletmelere Katmış Olduğu Değer. *ICPESS 2018 Proceeding Volume 2: Economic Studies*, 323.
- Torres, S.C.W. & Restrepo, C.J. (2015). Strategic real-time marketing. (Edt. D. J. Varón, M. E. Langa, J. V. T. Miquel, M. C. F. Madrid) in book: *Advances In The Area Of Marketing And Business Communication*. Iseun Editorial.
- Üstündağ E. M. (2018). *Sosyal Medyada Gerçek Zamanlı Pazarlamanın Rolü: Hızlı Tüketim Markalarının Twitter Paylaşımları Üzerine İnceleme* (Doktora Tezi) İstanbul Kültür Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/İletişim Sanatları Anabilim Dalı.
- Weiber, R., & Kollmann, T. (1998). Competitive advantage in virtual markets: Perspectives of information-based Marketing. *European Journal of Marketing*, 32(7/8), 603-615.
- Willemsen, L. M. Kamphuis, A.-L., van der Veen, G. & Mazerant, K. (2018). Let's Get Real (Time)! The potential of real-time marketing to catalyze the sharing of brand messages. *International Journal of Advertising*, 37(5), 828-848.
- Woodall, G. & Colby, C. (2011). The results are in: social media techniques vs. focus groups for qualitative research. *MRA's Alert*, 23-27.
- Yılmaz, A. (2018). Yeni Bir Pazarlama İletişimi Yaklaşımı Gerçek-Zamanlı Pazarlama: Otomobil Markalarının Geleceğe Dönüş Günü Sosyal Medya Pratikleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 423-446.
- Yılmaz, B. (2016). Bir sosyal medya pazarlaması olarak gerçek zamanlı pazarlama: # THEDRESS örnek olay incelemesi. *International Congress on Media Studies 2016 Proceeding Books*
- Yılmaz, E. S. (2021) Directing Real Time Marketing Activities Through Social Networking Sites: The Izmir Earthquake Example. *New Searches And Studies In Social And Humanities Sciences*, 15, 15-31.

Görsel Listesi

- (1) Mazerant, K., Willemsen, L. M., Neijens, P. C., & van Noort, G. (2021). Spot-On Creativity: Creativity Biases and Their Differential Effects on Consumer Responses in (Non-)Real-Time Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 53, 15-31.
- (2) <https://twitter.com/arcelik/status/1389943248911798275> Erişim Tarihi: 25.08.2021
- (3) <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/en-yaratici-real-time-marketing-ornekleri/> Erişim Tarihi: 25.08.2021
- (4) <https://twitter.com/kutahyaporselen/status/803143912726601728> Erişim Tarihi: 25.08.2021
- (5) <https://twitter.com/Vestel/status/1011702666190295041> Erişim Tarihi: 25.08.2021
- (6) <https://twitter.com/VolvoCarTR/status/435400470006226944> Erişim Tarihi: 25.08.2021
- (7) <https://twitter.com/Oreo/status/298246571718483968> Erişim Tarihi: 25.08.2021
- (8) <http://clickon.com.tr/basarili-sosyal-medya-real-time-marketing-ornekleri> Erişim Tarihi: 27.08.2021
- (9) <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/en-yaratici-real-time-marketing-ornekleri/> Erişim Tarihi: 27.08.2021
- (10) <https://pazarlamaturkiye.com/nedir-real-time-marketing/> Erişim Tarihi: 27.08.2021
- (11) <https://twitter.com/ASOS/status/1109145720005771264/photo/1> Erişim Tarihi: 27.08.2021
- (12) https://twitter.com/search?q=nasa%20gravity%20&src=typed_query Erişim Tarihi: 27.08.2021
- (13) <https://twitter.com/TurkiyeninCayi/status/943862335055323136> Erişim Tarihi: 27.08.2021
- (14) <https://www.adweek.com/brand-marketing/mcdonalds-flipped-its-famed-golden-arches-for-international-womens-day/woo> Erişim Tarihi: 27.08.2021