

**Editör: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ALKARA**

# **PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE FİNANSAL HİZMETLERDE DİJİTALLEŞME**

**Bölüm Yazarları**

Prof. Dr. Faruk AKIN | Dr. Öğr. Üyesi Alp POLAT

Dr. Öğr. Üyesi Ali ARICI | Dr. Öğr. Üyesi Özgür KILINÇ

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ALKARA | Öğr. Gör. Dr. Vahdet ALTUNDAL

Arş. Gör. Dr. Nurcan YILMAZ



Ankara, 2020

**DETAY YAYINLARI** : 1267

1. Baskı : Aralık 2020

**ISBN** : 978-605-254-327-6

Yayıncı Sertifika No : 46573

Matbaa Sertifika No : 42488

*Kıptaki bölümlerde ileri sürülen görüşler ve yapılan alıntılarla ilgili tüm sorumluluk ilgili bölümün yazarına/yazarlarına aittir.*

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

*Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.*

Dizgi : Detay Yayıncılık  
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık  
Baskı ve Cilt : Bizim Buro Matbaacılık ve Basımevi  
1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

---

**Kütüphane Bilgi Kartı**

Editör: İbrahim Alkara

Pazarlama İletişimi ve Finansal Hizmetlerde Dijitalleşme, 1. Baskı

ISBN: 978-605-254-327-6, vi + 166 sayfa, kaynakça var, dizin yok

---



**GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ**

**DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.**

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/ANKARA

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: [www.detayyayin.com.tr](http://www.detayyayin.com.tr) • e-posta: [detayyay@gmail.com](mailto:detayyay@gmail.com)

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

# DİJİTAL PAZARLAMA KAVRAMI VE SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

İbrahim ALKARA <sup>3</sup>

## GİRİŞ

İnternetin ve World Wide Web'in ticari kullanımının başlamasından bu yana yaklaşık çeyrek yüzyıl geçti. Bu süre zarfında iş dünyasının çılgın bir hızla değişmesiyle 20 yıl önce duyulmamış Google, Facebook, Amazon, Alibaba, eBay ve Uber gibi büyük çok uluslu şirketler modern ekonominin kilit oyuncularını ortaya çıkardı (Kannan ve Li, 2017:22). TÜSİAD tarafından küresel ölçekte yapılan E-ticaret ile ilgili pazar araştırması sonuçlarına bakıldığında; B2C e-ticaret pazarında faal olan en büyük üç ülkenin elektronik ticaret hacimlerinin toplamının, küresel e-ticaret pazarının çoğunluğunu oluşturduğu görülebilmektedir. 2019 yıl sonuna gelindiğinde ise küresel olarak pazarın 3,5 trilyon ABD Dolarına ulaşacağı öngörülmüştür. Bu pazardaki en büyük 5 ülke sırasıyla: Çin (634 milyar), Amerika (504 milyar), Japonya (123 milyar), Birleşik Krallık (103 milyar) ve Almanya'dır (70 milyar). Ülkemizde ise e-ticaret sektörü 2018 yılında yaşanan küresel gelişmelerden ve ülke ekonomisindeki döviz kuru dalgalanmalarından etkilenmesine rağmen bir önceki yıla göre e ticaret işlemlerinde büyüme trendi TL bazında %42 ve ABD Doları bazında %7 ile devam etmiştir. (TÜSİAD, 2019: 10).

Ülkemizde E- ticaret ile ilgili Ticaret Bakanlığı'nın Bilgi Platformunda yayınlanan son verilere bakıldığında; E-ticaret hacminin yılın 6 ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 64 artarak 55,9 Milyar liradan 91,7 Milyar liraya ulaştığı görülmektedir. Toplam ticaret hacminin % 91'i (83,3 Milyar) yurt içi harcamalardan, %5'i (4,5 Milyar) Türkiye'nin diğer ülkelerden alımları ve % 4'ü ise diğer ülkelerin Türkiye'den alımları oluşturmaktadır (Eticaret Bilgi Platformu, 2020). Özellikle pandemi döneminden sonra gerçekleşen

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Bozüyük Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Programı, E-posta: ibrahim.alkara@bilecik.edu.tr

## KAYNAKÇA

- Alan, A. K., Kabadayı, E., T. Ve Erişke, T. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama Ve Sosyal Medya Pazarlaması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar -2018 Cilt:17 Sayı:66 (493-504)*.
- Ayhan, C. Ve Özcan, A. (2018). Türkiye’de Sigortacılık Sektöründe Etkinlik Analizi (2010-2016), *Journal Of Social And Humanities Sciences Research, cilt:5, sayı:16, ss: 78-93*.
- Barefoot, D., and J. Szabo. (2010). “Friends with benefits: A social media-marketing handbook”. San Francisco: No Starch Press.
- Basmacı, U. Ve Çengel, Ö. (2018). Gayrimenkul Sektöründe Dijital Pazarlamada Arama Motorları Reklamları, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi Cilt 1, No 1, s. 29-36*
- Benli, T. ve Karaosmanoğlu, K. (2017). Bir Pazarlama Stratejisi Olarak İçerik Pazarlama, *Mesleki Bilimler Dergisi, 6 (1): 27-38*.
- Bulunmaz, B., (2016). Evolution in Marketing Methods with Developing Technology and Digital Marketing, TRT Akademi, Dijital Medya Sayısı, Cilt: 01, Sayı 02, Temmuz 2016.
- Demirci Ş. ve Uğurluoğlu, Ö. (2020). Dijital Pazarlama Kanalları: Özel Sağlık Kuruluşlarına Yönelik Bir İnceleme, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 39, Denizli, s. 339-351.
- Durmaz, Y., Efendioğlu, İ. H., (2016). Travel from Traditional Marketing to Digital Marketing, *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing Volume 16 Issue 2 Version 1.0 Year 2016*.
- Gay, R., Charlesworth, A. & Esen, R. (2007). Online Marketing- a customer led approach, Oxford University Press, first edition, 2007, New York.
- Gedik, Y. (2020). Mobil pazarlama: Teorik Bir Çerçeve, *The Journal of International Scientific Researches, 5(3), 275-289*.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada Yeni Bir Pencere: Dijital Pazarlama, *Journal of Business in The Digital Age 3(1), 2020, 63-75*.
- Gökşin, E. (2018). Editör: Mesra Şendir: “Dijital Pazarlama Temelleri”, Abaküs Yayınevi, 3. Baskı, s.27, İstanbul
- Görmüş, İ. (2020). Dijital Pazarlama ve Mobil Pazarlamanın Sigorta Sektöründeki Yeri. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi, 4(2), 201-214*.
- Hafele, N. (2011). “Social Media Marketing: Interaction, Trends & Analytics”, *ICT 511 Fall, 51 (3): 1-6*.
- Onurlubaş, E. ve Dinçer, D. (2016). Tüketicilerin Ağızdan Ağıza Ve Viral Pazarlama Algılarına Etki Eden Faktörlerin Analizi, GÜSBED, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi Cilt: 7, Sayı: 17, Yıl: 2016.

- Özşen M, & Yalçinkaya, N. (2019). Yeni Nesil Girişimcilik ve Ekonomi, Editörler: Mustafa Miynat, Tuncer Özdi, M. Hakan Yalçinkaya, Coşkun Çılbant. Bölüm Adı: Dijitalleşen Dünyada Yeni Nesil Uygulamalar: Dijital Pazarlama, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Kannan, P.K., & A., Li (2017). Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda, International Journal of Research in Marketing 34 (2017) 22-45
- Salcu, A., V. ve Acatrinei, C. (2013). Gamification Applied In Affiliate Marketing. Case Study Of 2Parale, *Management & Marketing; Bucharest Vol. 8, Iss. 4, (2013): 767-790*
- Şengüler, E. (2019). Yüksek Lisans Tezi, Dijital Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı: Nitel Bir Araştırma, T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilimdalı Uluslararası Ticaret Tezli Yüksek Lisans Programı.
- Şimşek, G. Ve Dinçel, A. B. (2020). Turizm Endüstrisinde İçerik Pazarlaması: Kuşadası' ndaki 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin İçerik Pazarlaması Uygulamaları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi 2020, 4(2): 1234-1245*.
- Şimşek, H. & Yıldırım, A. (2003), "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri", Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tavallaei, M. ve Talib, M. A. (2010), "A General Perspective on Role of Theory in Qualitative Research", *The Journal of International Social Research*, 3(11).
- Yalçinkaya, N. (2018). Türkiye'deki Siyasi Partilerin Dijital Pazarlama Kanallarını Kullanımı, *Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi · April 2018*.
- Zeren, D. & Erkan, İ. (2020). COVID 19 Sürecinde Marka Logolarındaki Değişimler, Editörler: Deniz Zeren, Osman Yılmaz. "Covid 19 Sürecinde Üretim, Yönetim ve Pazarlama, Ankara: Gazi Yayınevi.
- Zeren, D., & Kaya, N., (2020). Dijital Pazarlama: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt 17, Sayı 1, ss.35-52, 2020*.

### İnternet Kaynakları

- TÜSİAD RAPORU, (2019). E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar, <http://www.tusiad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf>
- <https://www.eticaret.gov.tr/haberler/10040/detay>, Eticaret Bilgi Platformu, 28.10.2020 ziyaret tarihidir.
- <https://tsb.org.tr>, Türkiye Sigortalar Birliği, TSB Resmi İstatistikler, 28.10.2020 ziyaret tarihidir.
- Çiftçi, Ç. (2016). Lokasyon Bazlı Pazarlama, <https://pazarlamaitisimi.com/lokasyon-bazli-pazarlama/>, 10.11.2020 ziyaret tarihidir.