

## İnternette Pazarlama ve Ürün Karar Stratejileri

### Internet Marketing and Product Decision Strategies

Şükran KARACA<sup>1</sup>

#### ÖZET

İnternet teknolojisi ile gelen hızlı iletişim (elektronik posta, haberleşme grupları, bilgi dosya transferi) insanoğluna birçok fayda sağlarken, firmaların tüketicilere kendilerini tanıtmada etkili bir yol haline de gelmiştir. İnternetin bilgi iletişimi haricinde güçlü bir dağıtım ve ticaret ağ gücünün etkisi tüm firmalar/müşteriler tarafından tanınması ile firmaların kendilerini yeni bir alanda tanıtmaya imajı doğmuş, var olan ürünlerin internete uyarlanması yapılırken, doğrudan internet üzerinden satış yapılacak ürünlerin tasarlanması da başlamıştır. Bu şekildeki ticari anlayışı yakalayan kuruluşların oluşturdukları ekonomik ağlar sayesinde daha düşük maliyetle, daha ucuz ürünü çok daha kısa zamanda müşteriye tanıtmaya, satmaya ve ulaştırma yolları bulunmuştur. Bu araştırma kapsamında internet ortamında uygulanan ürün stratejileri genel hatlarıyla değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Pazarlama, İnternette Pazarlama, İnternette Ürün, Ürün Stratejileri

#### ABSTRACT

While fast communication (electronic mail, communication groups, information file transfer) that comes with internet technology, is providing many uses to humanbeing, it has also become an effective way of firms' introducing themselves to the customers. Due to internet has a strong distribution and trade net power effect except for information communication and it's known by all firms/customers, firms get the chance of introducing themselves in a new field. While existing products are being adapted to internet, planning of products that will be sold directly on internet, has also started. Thanks to economic nets that are formed by foundations which have commercial mentality in this manner, ways are found that lower costly, cheaper products can be introduced, sold and communicated to customers in a shorter time. In this study, product strategies applied on internet are evaluated generally.

**Key Words:** Marketing, Internet Marketing, Internet Products, Product Strategies

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, [sukrankaraca@gmail.com](mailto:sukrankaraca@gmail.com)