

Bilişim Sektöründen Pazarlamaya Aktarılan Yeni Bir Kavram: Çevik Pazarlama*The New Notion Transmitted from the IT Sector to Marketing: The Agile Marketing*Dilek PENPECE¹Onur ÇELİK²**ÖZET**

Şirketler günümüz dünyasının yoğun rekabet ortamında kendilerine yer bulabilmek için oldukça hızlı değişim ve gelişim göstermek durumundadırlar. Bu değişimi hızlı ve sistematik bir şekilde gerçekleştirebilmek önemli bir ayrıcalıktır ve başarının anahtarıdır. Öncelikle IT sektöründeki hızlı değişimden kaynaklı ortaya çıkan çevik gelişim (agile development) kavramı kabul görmüş ve bu kavram pazarlama alanının içerisine de dahil olmuştur. Çevik gelişim; bir işletmenin faaliyet gösterdiği sektörde meydana gelen değişim ve gelişimlere, ani şekilde cevap verebilmek için geliştirilmiş sistematik bir bakış açısıdır. Sektörde meydana gelen değişimlere eğer pazarlama ani tepkiler veremiyorsa işletmenin faaliyetleri sekteye uğrar ve bu durum da başarısızlığı beraberinde getirir. Bu nedenle hızlı değişim rüzgarına uyum sağlayan sistematik bakış açısı, pazarlama alanına da sıçramıştır. Pazarlama literatüründe oldukça yeni bir kavram olan çevik pazarlama kavramının açıklanması bu çalışmanın temel amacıdır. Pazarlama literatüründe henüz çok az çalışmanın bulunması sebebiyle gelecekte yapılacak çevik pazarlama çalışmalarına ilham verici, kavramsal bir çalışma olması hedeflenmektedir. Çalışmanın literatüre yapacağı katkının yanında işletmeler için de yeni bir bakış açısı kazandıracığı varsayılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevik Pazarlama, Çevik Gelişim, İnovasyon**ABSTRACT**

Companies have to perform rapid change and development to take place in an intense competition conditions in the global world. It is the success and privilege key to be able to realize change in a rapidly and systematically. Firstly agile development notion has been accepted for the reason of fast change in IT sector and now it is included in marketing field. Agile development is a systematically developed point of view that be able to answer the change and development in sudden way for its sector. If marketing can not give sudden response for the change in sector, it means that one of the branches of business can not handle the others thus unsuccessful results will be inevitable. For this reason the systematic point of view which suits to the rapid change wind goes upon to the marketing area. Main aim of this paper is to explain the new notion, agile marketing, which is quite new notion in marketing literature. Because of the lack of studies in this field this paper is aimed as a inspirational and cognitive study. This paper not only purpose contribution of agile marketing literature but also provide a new point of view for the business firms.

Keywords: Agile Marketing, Agile Development, Innovation¹ Yar.Doç.Dr., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, dpenpece@adanabtu.edu.tr² Araş.Gör., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, ocelik@adanabtu.edu.tr