



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2019, 2(8): 604-620.

DOI:10.26677/TR1010.2019.202

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:

<https://www.sobibder.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Türkiye’de Gerilla Pazarlama Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma

Can ÇAVUŞOĞLU, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, e-posta: can@magmedya.com.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3167-1977>

Öz

Günümüz pazarlama dünyasında geline rekabet markaları tüketicileri ikna etmek için farklı stratejiler izlemeye itmektedir. Bu stratejilerden biri de geleneksel olmayan bir iletişim tekniği olan gerilla pazarlama faaliyetleridir. Bu sebeple gerilla pazarlama faaliyetleri son zamanlarda popülerlik kazanmıştır. Bu çalışmada gerilla pazarlama faaliyetlerinin tüketiciler üzerinde ki etkilerini incelemek amaçlanmıştır. Türkiye’de uygulanmış gerilla pazarlama çalışmaları üzerinden bu uygulamaların tüketicilerin ne derece satın alma kararlarını etkilediği, bu uygulamaları ne kadar yaratıcı buldukları ve geleneksel iletişim araçları karşısında ne kadar etkili ve akılda kaldığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu çalışmada yukarıda sayılan etkenler ile gerilla pazarlama uygulamaları arasında anlamlı ilişkiler ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmada nitel analiz yöntemleri kullanılmış olup, veri toplama tekniği olarak yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırma Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesinden öğrencilerle ve çeşitli özel sektör çalışanları ile yapılmıştır. Araştırma sonuçları bu çalışmanın ‘sonuç’ kısmında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gerilla Pazarlama, Pazarlama İletişimi, Pazarlama.

Makale Gönderme Tarihi: 20.05.2019

Makale Kabul Tarihi: 27.08.2019

Önerilen Atıf:

Çavuşoğlu, C. (2019). Türkiye’de Gerilla Pazarlama Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(8): 604-620.

© 2019 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2019, 2(8): 604-620. DOI:10.26677/TR1010.2019.202
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

A Qualitative Research Upon Guerilla Marketing Practice in Turkey

Can ÇAVUŞOĞLU, Master Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Graduate Education Institute, Ankara, e-mail: can@magmedya.com.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3167-1977>

Abstract

In today's world of marketing, competition, brands are pushed to pursue different strategies to convince us. For this reason, guerrilla marketing activities have gained popularity recently. The aim of this study is to investigate the effects of guerrilla marketing activities on consumers. These applications through guerrilla marketing efforts applied in Turkey to influence the decisions of consumers buying what extent, are intended to identify these applications, how they find creative and across traditional means of communication what is as effective and memorable. In this study, there are significant relationships between the above-mentioned factors and guerrilla marketing practices. In this study, qualitative analysis methods were used and data were collected by semi-structured interview technique. The research was conducted with students from Ankara Hacı Bayram Veli University and various private sector employees. The results of the study are discussed in the 'conclusion' section of this study.

Keywords: Guerilla Marketing, Marketing Communication, Marketing.

Received: 20.05.2019

Accepted: 27.08.2019

Suggested Citation:

Çavuşoğlu, C. (2019). A Qualitative Research Upon Guerilla Marketing Practice in Turkey, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 2(8): 604-620.

© 2019 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.