

# Dijital MARKALAŞMA

---

MÜRSEL FERHAT SAĞLAM

# İÇİNDEKİLER

<b>+ FİKİR</b>	<b>1</b>
“Dijital Markalaşma”Ya Başlarken	2
Dijital Nedir?	4
Markalaşma Nedir?	4
Dijital Markalaşma Nedir?	5
Neden?	5
Dijital Markalaşma ve Kapsamı	7
Dijital Markalaşma Niye Önemsenmiyor?	9
Markalaşma Kavramı	9
Bütünleşik Pazarlamanın Kapsamı	10
Dijital Markalaşmanın Kavramsallaşması	11
Dijital Markalaşmanın Sertifikasyonu	11
Dijital Markalaşma Departmanı	11
Dijital Markalaşma Ajansı	11
Dijital Markalaşma Odaklı Yayınlar	12
Dijital Markalaşma Nedir?	12
Dijital Markalaşma Uzmanlığı	13
Dijital Markalaşma Niye Önemsenmiyor?	13
Sonuç	14
Bir Kavramın Doğuş Hikâyesi	15
Dijital Markalaşma Nasıl Kavramsallaştı?	15
Dijital Markalaşma Kavramı Niye Doğdu?	18
Dijital Markalaşmanın Kavramsallaşma Hikâyesi	18
Anlaşılmayacak Bir Kavram; Dijital Markalaşma	21
A’dan Z’ye Marka Yönetimi	21
Kavram Enflasyonu	22

Marka Nedir?	23
Markalar Dönemi Başladı	24
Dijital Marka Olmak ile Dijital Markalaşma Aynı Şey Mi?	26
KOBİ Temas Etmeyi Sever	27
Nasıl Dijital Marka Olunur?	27
Fijital Pazarlama	27
O Zaman Dijital Marka Olmak Nedir?	28
Dijital Markalaşma Bütünleşik Pazarlamanın Neresinde?	30
Dijital Markalaşmanın Rolü	32
Kişisel Markalaşma için Dijital Markalaşma Odağında Tavsiyeler	34
1. Adım: Marka Oluşturma	36
2. Adım: Dijital Markalaşma	38
Dijital Markalaşma Dijitalleşmenin Neresinde?	40
Kavram Karmaşasını Ortadan Kaldıran Kavram: Dijital Markalaşma	42
Sınırları Olan Kavram: Dijital Markalaşma	42
Akademik Kariyer Yapanlara Tez Önerisi: Dijital Markalaşma	44
3F Fenomeni Doğrultusunda Dijital Markalaşma	46
3F Fenomeni Nedir? Niye Önemlidir? Nasıl Uygulanır?	49
3F Fenomeni Nedir?	49
3F Fenomeni Niye Önemlidir?	50
3F Fenomeni Nasıl Uygulanır?	51
Sonuç	52
Dijital Markalaşma Ajansı Hangi Sorumluluklara Sahip?	53
Tedavi Önerileri	54
1- Kendini Tanı	55
2- Sınırlarını Belirle	55
3- Dijital Markalaşma Ajansı Ol	55

Dijital Markalaşma Olmadan E-İhracat Sadece Hayal Olur	58
E-İhracat Nedir?	59
ETGB Nedir?	59
DDU Nedir?	60
DDP Nedir?	60
E-İhracat Stratejisi ve Eylem Planı (2018 – 2020)	60
E-İhracat Niye Önemli?	61
E-İhracat ve Dijital Markalaşma	61
E-İhracatta Kullanılacak Dijital Markalaşma Stratejisi	63
Girişimciler Dijital Markalaşmayı Önemsemeli Mi?	64
Kriz Yönetimi De Dijital Markalaşmaya Dâhil	67
Simülasyon Yöntemi	68
Online Kriz Yönetimi	69
2020’Nin Dijital Markalaşma Trendleri	70
1- Bütünleşik Pazarlama	71
2- Dijital Markalaşma	72
3- Yapay Zekâ	72
4- Dijital Para	73
Yeni Nesil Marka Yönetimi Out! Dijital Markalaşma In!	74
Üretim Açısından	75
Tüketim Açısından	76
İletişim Açısından	76
Dijital Devrim Işığında Yeni Nesil Marka Yönetimi: Dijital Markalaşma	77
Z Kuşağı Marka Yöneticileri ve Dijital Markalaşma	79
Dijital Markalaşma Olmadan Dijital Yayıncılık Ütopyadır	81
Yayınevleri Neden E-Kitap Üretmiyor	83
Yayıncılığın Geleceği Dijital Markalaşmada	83
Amazon Etkisine Çözüm Dijital Markalaşma	84

<b>+ FAYDA</b>	<b>89</b>
Dijital Markalaşma Ama Nasıl?	90
Dijital Markalaşma İçin 3 Önemli Tavsiye	95
1- Stratejik Sosyal Medya Yönetimi	96
2- İçerik Stratejisi	97
3- Dijital İtibar Stratejisi	98
Kurumsal Blogun Dijital Markalaşmaya Etkisi	99
Stratejik Satın Almanın Dijital Markalaşmaya Etkisi	102
Stratejik Satın Alma	102
Aktüel Ürün Faktörü	103
Eğitim Sektörünün Dijital Markalaşmaya Olan İhtiyacı	104
Future Could Change	105
Eğitim Kurumlarının Stratejileri	105
Eğitim Sektöründe Dijital Markalaşma	106
1- Departman Dönüşümü	106
Z Kuşağı Faktörü	108
İçerik Pazarlama Yoksa Dijital Markalaşma Da Yok	109
Kraliçe Yoksa Kralın Bir Önemi Var Mı?	109
Sosyal Ağlar Odağında İçerik	110
İçerik Pazarlaması – Dijital Markalaşma Denklemi	112
Türkiye - Amerika Gerginliği Yayıncılıkta Fırsat Olabilir	113
Yayıncılık Sektörünün Adaptasyon Sorunu	114
Dijital Markalaşma Gerçeği	115
Instagram'ın Dijital Markalaşmaya Etkisi	118

<b>+ FARKINDALIK</b>	<b>121</b>
Dijital Markalaşma Farkındalığı Bazen Tavuk Nugget ile Gelir	122
Farkındalık Faktörü	123
Dijital Markalaşmada Tavuk Nugget Yöntemi	123
Türkiye’de Bunlara Niye Rastlamıyoruz?	124
Dijital Markalaşma ile Kobi’ler Potansiyelini Fark Edecek	125
İstatistiklerle KOBİ Gerçeği	125
KOBİ’lerin Eksiđi: Farkındalık	126
KOBİ’lere Uyarı Vol-1	127
KOBİ’lere Uyarı Vol-2	128
Dijital Markalaşma Kolay Deđil, Eğitim Őart!	130
Őirket İçi Eğitim Politikası	131
Markaların Sosyal Medyadaki Yeni EndiŐesi; “DıŐlık”	133
Dijital Markalaşmanın Sorumluluđu	135
Dünyayı Dijital Markalaşmanın Farkında Olan Markalar Yönetecek	136
Dünyayı Çok Uluslu Őirketler Yönetiyor Tezi Dođru Mu?	137
Dünyayı Yöneten Őirketlerden Olmak İçin Ne Yapılmalı?	138
Türkiye-Abd Gerilimi Bazı Konularda Farkındalığımızı Arttırdı	140
Reklam Boykotu	142
Dijital Markalaşmada Etkin Güç: Influencer Pazarlama	144
Yarının YaŐlı Tüketicileri Bugünden Sadık MüŐteriniz Olsun	146
Dijital Markalaşma Sırası BiliŐim Güvenliđi Firmalarında	152
Sektör Olarak BiliŐim Güvenliđi	153
Dijital Markalaşmada İtibar Zedeleyen Hareketler	156
Her İŐten Anlayan Hiçbir İŐten Anlamıyordur	157
Odaklanma Örneđi: Dijital Markalaşma	158
Dijital Markalaşmayı Koruyan Hareket: Online İtibar Yönetimi	159
Sonsöz	161