



JOURNAL OF GASTRONOMY HOSPITALITY AND TRAVEL

ISSN: 2619-9548

Journal homepage: www.joghat.org, <http://dergipark.gov.tr/joghat>

Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)

2020 – Volume: 3 Number: 2

Page: 191-199

Received: 12.10.2020

Revised: 04.11.2020

Accepted: 29.11.2020

Araştırma Makalesi (Research Article)

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE DENEYİMSEL PAZARLAMA UYGULAMALARI VE FARKINDALIĞI: İSTANBUL OTELLERİ ÖRNEĞİ (EXPERIENTIAL MARKETING PRACTICES AND AWARENESS IN ACCOMMODATION ENTERPRISES: CASE OF HOTEL INDUSTRY OF ISTANBUL)**

Yasin BİLİM^{1*} (orcid.org/0000-0002-1181-9623)
Zeynep YILMAZ MEMİŞ² (orcid.org/0000-0003-2700-7067)

¹Necmettin Erbakan University Faculty of Tourism, Tourism Management Department, Meram, Konya.

²MSc – Teacher, Ministry of Education, İstanbul.

ÖZET

Bu araştırma pazarlamada yeni bir yaklaşım olan deneyimsel pazarlama konusunda bilgi vermek ve deneyimsel pazarlama faaliyetlerinin işletmelere olan katkısını ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada deneyimsel pazarlama ile ilgili kavramsal bilgilere yer verilmiştir. İkinci aşamada ise araştırmacı tarafından oluşturulan görüşme formu İstanbul ilinde faaliyet gösteren, beş (5) yıldızlı otel işletmelerinin arasından seçilen otellerin yöneticilerine yönlendirilerek verilen cevaplar karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda deneyimsel pazarlamanın otel işletmelerine sağladığı yararları değerlendirilerek, işletmelere ve araştırmacılara yönelik deneyimsel pazarlama konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Deneyimsel Pazarlama, Turizm, Konaklama İşletmeleri

ABSTRACT

This research has been prepared to give information about experiential marketing which is a new approach in marketing and to reveal the contribution of experiential marketing activities to businesses. The research is consisted of two stages. In the first stage, conceptual information about experiential marketing has been given. In the second stage, the interview form prepared by the researcher was directed to the managers of the hotels selected from 4 and 5 stars hotels operating in İstanbul and the responses were analyzed comparatively. In line with the results obtained, the benefits of experiential marketing to hotel businesses were addressed and recommendations were made for experiential marketing for businesses and researchers.

Keywords: Experiential Marketing, Tourism, Accommodation Entreprises

Makale Künyesi: Bilim, Y. ve Yılmaz Memiş, Z. (2020). Konaklama İşletmelerinde Deneyimsel Pazarlama Uygulamaları Ve Farkındalığı: İstanbul Otelleri Örneği, Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 3(2), 191-199. DOI: 10.33083/joghat.2020.43

**Bu makale, 02-04 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenen Conference on Managing Tourism across Continents kongresinde sözlü olarak sunulmuştur.

*Sorumlu Yazar: ybilim@yahoo.com