

## SEKTÖREL YAYINCILIĞIN PAZARLAMADAKİ YERİ

İsmail Ceyhan

### **Sektörel Yayıncılık;**

Belli bir iş alanı (business) profesyonellerinden (üretim ve hizmet grupları) – hedef kitlesi olarak tanımlanan “iş alanları” profesyonellerine yönelik haber ve bilgi değeri olan mesajları, pazarlama iletişimi sürecindeki çalışmaları, çabaları düzenli olarak taşıyan bağımsız yayın ortamlarıdır.

### **Sektörel Yayınlar Pazarlama Sürecinin Neresinde?**

Pazarlamanın 4 P’si olan;

- Ürün (*Product*),
- Fiyat (*Price*),
- Satış Yeri (*Place*) ve
- Tutundurma (*Promotion*)

*Sektörel yayınlar tutundurma (Promotion) içinde yer alır.*

### **Promosyonun 4 Bileşeni İçinde;**

- Reklam (*Advertising*)
- Satış Tutundurma (*Sales Promotion*),
- Kişisel Satış (Personal Selling),
- Halkla İlişkiler-Duyurum (*Public Relation-Publicity*)

*Sektörel yayınlar ikisinde doğrudan, ikisinde dolaylı yer alır,*

### **Sektörel Dergilerin Pazarlama Sürecindeki Avantajları;**

- Seçilmiş, konsantre hedef kitleye ulaşması
- Etki gücünün uzun zaman dilimine yayılması
- Tirajdan fazla okura ulaşabilme olanağı (Pass-along Audience )

### **Tanımlı Hedef Kitleye Birim Erişim Maliyeti;**

- Sektörel Yayıncılık:All-in-One
- Bir-e-bir hedef kitleye,
- Doğrudan,
- Reklam ve halkla ilişkiler stratejilerini birarada yürütebileceğiniz,
- En küçük bütçe ile en verimli sonuçlar alabileceğiniz ortam

### **Yine de Seçmek Gerek.**

Doğru mecra kullanımının satışları artırmakta da, müşteri sadakatini yükseltmekte de, marka yaratmak sürecinde de, marka değerini güçlendirmekte de, tanınırlığı artırmakta da, ürün lansmanlarının başarısının büyüklüğünde de önemi büyüktür.

- Ne söylediğiniz kadar, “nerede” söylediğiniz de önemlidir.
- Her mecra, hedef kitleniz üzerinde farklı bir algıya sahiptir.
- Optimum mecra doğru seçilmiş B2B periyodikler, “fayda” ve “maliyet”i optimize edebileceğiniz kanallardır.

### **İletişim Kirliliği Artıyorken;**

- Seçici algı
- İzinli iletişim

*Pazarlama iletişimi sürecinin de belirleyici faktörleri olacak. Sektör derginize bir de bu yaklaşımla bakın....*