

Duyuların Etkileşimi: Sinestezik Pazarlama

Editör: **Prof. Dr. Muammer ZERENLER**

Doç. Dr. Esen ŞAHİN

Dr. Emel CELEP

Dr. V. Özlem AKGÜN

Dr. Kamil AHAT

Meltem DİKTAŞ

Ömer AKKAYA

Ömer KÜÇÜKÖDÜK

2021



Duyuların Etkileşimi: Sinestezik Pazarlama

ISBN: 978-605-7839-58-9

© 1. Basım, Ocak 2021

© Copyright 2021, ATLAS AKADEMİ

Bu baskının bütün hakları Atlas Akademi'ye aittir.

Yayın evinin yazılı izni olmaksızın kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekânîk ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

SERTİFİKA NO: 15833

Kapak & Dizgi

Atlas Akademi

Baskı ve Cilt

Dizgi Ofset

Yeni Matbaacılar Sitesi Konya

Tel: 0332 342 07 42

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI

Muammer ZERENLER – ŞAHİN, Esen – CELEP, Emel – AKGÜN, V. Özlem

AHAT, Kamil – DİKTAŞ, Meltem – AKKAYA, Ömer – KÜÇÜKÖDÜK, Ömer

Pazarlama Karar Destek Sistemleri, İnsan Beyni Üzerine, Sinestezik Bilinç, Sinestezik Pazarlama, Koku, Tat, Dokunma Sanatı, Görme, Duyuma Üzerine



Akademi Mah. Yeni İstanbul Cad.

No: 22 Selçuklu / KONYA

Tel: 0332 241 30 59

YAZARLAR HAKKINDA



Prof. Dr. Muammer ZERENLER

1975 yılında Konya’da doğdu. 1996 yılında Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden mezun oldu. 1998 yılında yüksek lisans, 2003 yılında da doktora çalışmalarını tamamladı. 2009 yılında Doçent, 2015 yılında Profesör oldu. Halen Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde İşletme Bölümünde öğretim üyesidir. Kriz Yönetimi, Esnek İşletme, Yeşil Pazarlama, Deneyimsel Pazarlama ve Elektronik Ticaret alanlarında çok sayıda uluslararası ve ulusal çalışması bulunmaktadır.



Doç. Dr. Esen ŞAHİN

1980 yılında Mucur/Kırşehir’de doğdu. 2001 yılında Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümünden mezun oldu. Yüksek lisansını 2005 yılında, doktora eğitimini ise “İlişkisel Pazarlamanın İşletme Performansı Üzerine Etkileri: Yetkili Otomotiv Acenteleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı tez çalışması ile 2013 yılında tamamladı. 2014 yılında Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümüne öğretim üyesi olarak atandı. 2020 yılında pazarlama alanında doçent oldu. Yazarın; post-modern pazarlama teknikleri, sosyal medya pazarlaması, müşteri memnuniyeti, marka farkındalığı, tüketici etnosentrizmi, etkinlik pazarlaması, deneyimsel pazarlama, transmedya hikâyeciliği, pazarlama 4.0, yalın pazarlama gibi konularda güncel akademik yayınları bulunmaktadır.



Dr. Öğr. Üyesi Emel CELEP

Konya’da doğdu. 2005 yılında Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünden mezun oldu. 2008 yılında yüksek lisans, 2014 yılında da doktora çalışmalarını tamamladı. 2017 yılında Doktor Öğretim Üyesi oldu. Halen Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünde öğretim üyesidir. Pazarlama Yönetimi, Modern Pazarlama Yönetimi, Tüketici Davranışları, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Yenilik Yönetimi alanlarında ulusal ve uluslararası çalışmaları bulunmaktadır.



Dr. Öğr. Üyesi V. Özlem AKGÜN

Konya’da doğdu. 2005 yılında Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden mezun oldu. 2008 yılında yüksek lisans, 2015 yılında da doktora çalışmalarını tamamladı. 2017 yılında Doktor Öğretim Üyesi oldu. Halen Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Uluslararası Ticaret Bölümünde öğretim üyesidir. Modern Pazarlama Yönetimi, Sosyal Medya Pazarlaması, Dijital Pazarlama, Nöro Pazarlama, Yeşil Pazarlama, Viral Pazarlama, Tüketici Davranışları, Marka Yönetimi ve Kurumsal İtibar Yönetimi alanlarında ulusal ve uluslararası çalışmaları bulunmaktadır.

**Dr. Öğr. Üyesi Kamil AHAT**

1972 yılında Konya'da doğdu. Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden mezun oldu. 2004 yılında tamamladığı yüksek lisans ve 2018 yılında tamamladığı doktora çalışmalarını sürdürürken ticari girişimcilik, özel sektörde yöneticilik, uluslararası projelerde danışmanlık deneyimleri kazandı. Halen Selçuk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesinde 2019 yılında Dr. Öğr. Üyesi olarak başladığı görevinde çalışmalarını sürdürmektedir.

**Öğr. Gör. Meltem DİKTAŞ**

Konya'da doğdu. 2005 Yılında Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden mezun oldu. 2011 yılında yüksek lisans eğitimini tamamladı. Doktora eğitimi devam etmekte olup, Selçuk Üniversitesi Karapınar Aydoğanlar Meslek Yüksek Okulu'nda öğretim görevlisi olarak görev yapmaktadır. İlişkisel Pazarlama, Marka, Tüketici Davranışları alanlarında çalışmaları bulunmaktadır.

**Arş. Gör. Ömer AKKAYA**

1990 yılında Elazığ'da doğdu. 2014 yılında Bahçeşehir Üniversitesi İşletme Bölümünden mezun oldu. 2016 yılında Selçuk Üniversitesinde yüksek lisans eğitimini tamamladı. Bu tarihten itibaren halen Selçuk Üniversitesinde doktora eğitimini sürdürmektedir.

**Arş. Gör. Ömer Küçüködük**

1994 yılında Konya'da doğdu. 2017 yılında Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden mezun oldu. 2018 yılında Selçuk Üniversitesinde Üretim Yönetimi ve Pazarlama alanında yüksek lisans eğitimine başladı. 2019 yılında Selçuk Üniversitesinde araştırma görevlisi olarak akademik hayatına adım attı. Halen, yüksek lisans eğitimine ve araştırma görevliliğine devam etmektedir.

ÖNSÖZ

Sinestezi, bir duyu organının uyarılmasıyla beraber istemsiz ve otomatik biçimde bir diğer duyunun daha uyarılması olarak açıklanmakta olan nörolojik ve psikolojik temelli bir fenomendir. Somut olanlar üzerinden felsefeye yeni bir başlangıç yaptırmak iddiasıyla ortaya çıkan, fenomenolojinin kurucusu Alman filozof Hussler’a göre, “Fenomoloji görünüşlerin bilimidir. Dünya görüldüğü şekli ile algılanır ve de görünüşler onları gözleyen özneye bağlıdır.” Diğer taraftan “kendini algı nesnesine yansıtmak” olarak tanımlanan özdeşleyim (einfühlung) kavramını fenomenolojik estetik teorileri arasına sokan ünlü Alman filozof Theodor Lipps “öznenin nesnede duyumsadığı şey yaşamın kendisidir” sözü ile psikolojik ve felsefi açıdan disiplinlerarası birçok araştırmaya ilham kaynağı olmuştur. Sinestezi araştırmaları da objenin görünüşünden yola çıkarak duysal deneyime ilişkin teori geliştirmek amacıyla gerçekleştirilen disiplinlerarası pazarlama araştırmalarına konu olmaktadır. Çünkü ticari bir ürün olarak metanın değerlendirilmesi ancak duyulardan gelenler ile bunlara verilen tepkilerin analiz edilmesi ile mümkün görülmektedir.

Metada algılanarak satın alınan şey aslında tüketici deneyimidir. Tüketiciler çekim alanına sürüklendikleri metalara adeta kendi duygu dünyalarını aktararak onlara hayat vermektedir. Yıpranmış bir elbiseye bakıldığında duyulan eziklik hissi ya da yüksek bir araca binerken duyulan yücelik hissi buna örnek gösterilebilir.

Meta estetiğinin insan duyularına hitap eden ebedi etkileşiminin yanı sıra insan beyninin kıvrımlarındaki gizemli evrenin keşfi devam etmektedir. 7 Up, teneke kutu tasarımındaki yeşile % 15 daha fazla sarı renk ile müdahale edince, tüketici bunu ürünün tadında daha fazla narenciye şeklinde algılamış ve aslında hiç varolmayan bir formül değişikliğini protesto etmiştir. Buna benzer sayısız tüketici davranışı örneği mevcuttur. Renklerin tadına varılabilmesi ya da ses olarak duyulabilmesi kişide sinestezinin varlığına işaret eder. Son yıllarda gelişen görüntüleme teknolojisinin toplumda var olan sinestet oranını ortaya koyması ile birlikte, belki de çoğumuzun, testler sonucunda tespit edilene değin farkında olmadığımız biçimde belirli bir sevide sinestet olabileceğimiz olasılığı düşünülebilir. Duyular arasındaki bu fenomenolojik durum pazarlama yönetim ve stratejisi üzeri-

ne araştırma yapanların doğrudan ilgi ve etki alanındadır. Diyebiliriz ki gelecek yıllar boyunca tüketim motivasyonumuz meta estetiğinin sinestetik mesajlarına çok daha fazla maruz kalacaktır. Sinestezi ve pazarlamanın genel kabul gören temel terminolojisi ile burada aktarılmış olan ilgili tüm bilgilere dayanarak sinestetik pazarlamayı "Ürünün tanıtılması ve tüketiciye ulaştırılması çalışmalarının metanın hoş bir yaşam deneyimi sunacağı mesajını içerecek biçimde ve de tüketicinin birden çok duyusunu pozitif yönde etkileşime geçirerek yürütülmesi" olarak tanımlayabiliriz.

Dr. Öğr. Üyesi Kamil AHAT

İÇİNDEKİLER

Yazarlar Hakkında	iii
Önsöz	v
1. Bölüm <i>Doç. Dr. Esen ŞAHİN</i>	
Pazarlama Karar Destek Sistemleri	1-31
2. Bölüm <i>Prof. Dr. Muammer ZERENLER</i>	
İnsan Beyni Üzerine	33-57
3. Bölüm <i>Dr. Kamil AHAT</i>	
Sinestezik Bilinç	59-80
4. Bölüm <i>Dr. Emel CELEP</i>	
Sinestezik Pazarlama	81-116
5. Bölüm <i>Dr. V. Özlem AKGÜN</i>	
Duyularında Ötesinde Sinestezik Markalama	117-167
6. Bölüm <i>Meltem DİKTAŞ</i>	
Koku	169-197
7. Bölüm <i>Meltem DİKTAŞ</i>	
Tat	199-221
8. Bölüm <i>Ömer AKKAYA</i>	
Dokunma Sanatı	223-244
9. Bölüm <i>Ömer KÜÇÜKÖDÜK</i>	
Görme	245-268
10. Bölüm <i>Prof. Dr. Muammer ZERENLER</i>	
Duyuma Üzerine	269-282
Kaynakça	283-319