

Butunlesik Pazarlama Iletisimi Nedir?

Calisma Kagidi

BPI, tum promosyonel karisim unsurlarinin (reklam, PR, satis promosyonu, dogrudan pazarlama, kisisel satis) tek, tutarli bir mesaj iletmek ve pazarlama hedeflerine ulasmak icin stratejik hizalanmasidir.

Sorular

1. Hangisi tipik olarak BPI'nin parcasi DEGILdir?

- A) Reklam
- B) Urun fiyatlandirmasi
- C) Sosyal medya
- D) Halkla iliskiler

2. Entegre pazarlamanin ana yarari nedir?

- A) Daha dusuk reklam maliyetleri
- B) Kanallar arasinda tutarli marka mesaji
- C) Garantili satis artisi
- D) Daha hizli urun gelistirme

3. Bir musteriyi TV'de bir markanin haberini alir, e-posta alir ve Instagram'da takip eder. Bu

- A) Omnichannel perakende satis
- B) BPI calismasi
- C) Urun farklilastirmasi
- D) Pazar segmentasyonu

4. Hangi kanal uzun vadeli marka sadakati olusturmak icin en iyidir?

- A) Tek seferlik TV reklamı
- B) E-posta haber bulteni + sosyal medya toplulugu + etkinlikler
- C) Radyo spotu
- D) Billboardlar

5. Apple yeni bir iPhone baslatir. BPI tutariligini nasil saglar?

6. Bir startup cevreye bilincli gencleri hedefler. BPI nasil calismali?

7. Bir banka finansal okuryazarlik kampanyasi yurutur. Neden BPI kritik?

8. Tanimla: Butunlesik Pazarlama Iletisimi nedir?

9. Tanimla: Dort onemli pazarlama iletisim kanalini adlandirin.

10. Tanimla: BPI'nin amaci nedir?

Cevap Anahtari

1. B) Urun fiyatlandirmasi - Fiyatlandirma pazarlama karisiminin (4P) parcasidir ancak BPI'nin degil, promosyonel/iletisim unsurlarina odaklanir.
2. B) Kanallar arasinda tutarli marka mesaji - BPI tum kanalini ayni mesaji guclendirmesini saglar, marka taninirligini ve guveni guclendirir.
3. B) BPI calismasi - Musteri tutarli bir mesajla entegre kanallar araciligıyla markayla karsilasir.
4. B) E-posta haber bulteni + sosyal medya toplulugu + etkinlikler - Tutarli, cok kanalli katilim (e-posta + sosyal + etkinlikler) tek kanalli kampanyalardan daha derin iliskiler olusturur.
5. Marka mesaji: 'Parmak ucunuzda yenilik' Piyasaya giris etkinligi (PR) + TV reklamlari + sosyal medya temizleme + mevcut musterilere e-posta + magaza gorselleri + influencer yorumlari Tum kanallar sik tasarim, guclu cip, kamera ve cevre dostu ambalaji vurgular.
6. Temel mesaji: 'Yarin icin surdurulebilir moda' TikTok/Instagram Reels (influencer UGC) + e-posta bultenleri (surdurulebilirlik ipuclari) + PR (eko-bloglar'da ozellikler) + podcast sponsorlugu + acilir magazalar Tum temas noktalarinda tutarli yesil marka ve mesajlasma.
7. Mesaji: 'Herkeseye finansal guven' LinkedIn makaleleri (profesyoneller) + YouTube ogreticileri (Gen Z) + radyo spotlari (yasli demografisi) + okullarla ortaklik (etkinlikler) + web kaynaklari Her kanal farkli segmentleri hedefler ancak ayni guvenilir, kapsayici marka kimligini guclendirir.
8. Tum pazarlama kanallarinin koordineli kullanimi, tutarli bir marka mesaji iletme ve pazarlama hedeflerine ulasmak icin.
9. Reklam (TV, dijital), Halkla Iliskiler (medya, basin bultenleri), Dogrudan Pazarlama (e-posta, posta) ve Kisisel Satis (satis ekibi).
10. Her temas noktasinin ayni marka mesaji ve konumlandirmayi guclendirdigi kusursuz bir musteriyi deneyimi olusturmak.

Bounlu

Tum kartlar, adim adim cozumler ve AI hoca destegi Notek uygulamasinda.
Sinav tarihlerini Promy otomatik hatirlaticiya cevirisir.