

# Pazar Bolumlendirmesi ve Konumlandırması Nedir?

Calisma Kagidi

Bolumlendirme farkli musteri gruplarini tanımlar; konumlandırma, her grubun markanizi nasıl algilamasini istediginizi belirler. Akilli bolumlendirme + net konumlandırma = hedefli, verimli pazarlama.

## Sorular

1. Pazar bolumlendirmesi faydalidir cunku

- A) toplam pazar buyudu
- B) pazarlamayi ilgili kitlelere odaklar
- C) satisi garanti eder
- D) rekabeti ortadan kaldırır

2. Konumlandırma anlamına gelir

- A) fiziksel magaza plani
- B) musterilerin markanizi bir segmentte nasıl algiladigi
- C) urun fiyati
- D) tedarik zinciri

3. Yaygin bolumlendirme temeli

- A) rakip adlari
- B) demografik veriler (yas, gelir, konum)
- C) hava durumu
- D) rastgele secim

4. 'Bolumlendirme + konumlandırma' stratejisinin faydasi

- A) daha dusuk uretim maliyeti
- B) daha yuksek musteri iliskisi ve donusum
- C) daha az urun
- D) daha buyuk sirket boyutu

5. Bir kahve markasi genisleme istiyor. Bolumlendirme + konumlandırma nasıl yardımcı olur?

6. Bir akilli telefon ureticisi birden fazla segmenti hedefliyor. Nasıl?

7. Bir moda perakendecisinin bolumlendirmesiz vs. bolumlu durumu. Etki?

8. Tanımla: Pazar bolumlendirmesi nedir?

9. Tanımla: Konumlandırma nedir?

10. Tanımla: Neden kitlesel pazarlama yerine bolumlendirme?

## Cevap Anahtari

1. B) pazarlamayı ilgili kitlelere odaklar - Bölümlendirme doğru kişileri doğru mesajlaşmayla hedefleyerek harcanan reklami azaltır.
2. B) müşterilerin markanızı bir segmentte nasıl algıladığı - Konumlandırma, hedef segment içinde algılanan kimlik ve değer önerisidir.
3. B) demografik veriler (yas, gelir, konum) - Demografik, psikografik (değerler, ilgiler) ve davranış, temel bölümlendirme değişkenleridir.
4. B) daha yüksek müşteri ilişkisi ve dönüşüm - Hedefli bölümlendirme + net konumlandırma daha yüksek katılım, sadakat ve ROI sağlar.
5. Bölümlendirme: - Genç profesyoneller (şehir, 60-90/kahve, hız) - Premium segment (yüksek gelir, 150-180, kalite+deneyim) - Bütçe bilinçli (düşük gelir, 15-30, fiyat-performans) Genç profesyoneller için konumlandırma: 'Hızlı, kaliteli kahve gidis halinde.' Mesajlaşma: hız, uygulama sipariş. Premium için konumlandırma: 'Özel kavlanan, günlük hazırlanan.' Mesajlaşma: köken, barista becerisi. Bütçe bilinçli için konumlandırma: 'Uygun kalite, her gün.' Mesajlaşma: fiyat-performans, tutarlılık. Sonuç: Her segment uyarlanmış ürünleri (boyutlar, fiyat), mağazaları (konumlar) ve reklamlar (kanallar) alır.
6. Bölümlendirme: - Teknoloji meraklıları (en son özellikler, yüksek fiyat toleransı) - Aileler (dayanıklılık, iyi kameralar, uygun fiyat) - Oyun/İçerik kullanıcıları (işlem gücü, iyi ekran) Meraklılar için konumlandırma: 'En gelişmiş teknoloji.' Mesajlaşma: özellikler, inovasyon. Aileler için konumlandırma: 'Güvenilir, uygun, güvenli.' Mesajlaşma: dayanıklılık, ebeveyn kontrolleri. Oyuncular için konumlandırma: 'Güç ve sürüklenme.' Mesajlaşma: GPU, yenileme hızı. Sonuç: Segment başına farklı modeller (bayrak ürün, orta sınıf, bütçe), fiyatlar ve pazarlama kanalları.
7. Bölümlendirmesiz: - Bir mağaza, bir marka sesi, genel reklamlar (dis reklamlar, TV) - %80-90 ilgisiz kitlelere bütçe harcaması - Düşük dönüşüm, zayıf marka algısı Bölümlü: - Lüks hattı: butik mağazalar, yüksek fiyat, Instagram influencer pazarlaması (aspiratif) - Hızlı moda hattı: ana cadde mağazaları, düşük fiyat, TikTok ve Gen-Z hedeflemesi (trend-temelli) - İls kıyafetleri hattı: çevrimici B2B, orta fiyat, LinkedIn (profesyonel) Sonuç: 3 reklam verimliliği, her segment başına güçlü marka kimliği, %40 daha yüksek dönüşüm.
8. Geniş pazarı yaş, gelir, ilgiler, konum gibi ortak özelliklere göre daha küçük gruplara ayırma.
9. Belirli bir segmentin ihtiyaçları ve değerlerine uyarlanmış benzersiz bir marka kimliği ve mesajı yaratma.
10. Bölümlendirme kaynakları yüksek değerli müşterilere odaklar ve ilgisiz kitlelere yapılan harcamaları engeller.

### Bounlu

Tüm kartlar, adım adım çözümler ve AI hoca desteği Notek uygulamasında.  
Sınav tarihlerini Promy otomatik hatırlatıcıya çevirir.