

**YAZAR ADI-SOYADI: Oya ERU**

**BAŞLIK: Süpermarket Sektöründeki Mobil Pazarlama Uygulamalarının  
Tüketici Davranışlarına Etkisi: Aydın Örneği**

## **ÖZET**

Gelişen teknolojik koşullar iletişim teknolojilerinde de bir takım yeniliklerin yaşanmasını sağlamıştır. Günümüzde mobil teknolojiler ve mobil iletişim insanlar için vazgeçilmez hale gelmiştir. Özellikle İnternet-mobil cihaz birlikteliği, mobil teknolojilerin daha da gelişmesini ve sadece iletişim odaklılıktan çıkarak farklı boyutlarda kullanılmaya başlamasına neden olmuştur.

Mobil cihazların her zaman kullanıcıları ile bir arada olduğu ve kimi tüketicilerin birden fazla mobil araca sahip olduğu düşünüldüğünde pazarlama faaliyetlerinde mobil cihazların kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Pazarlama faaliyetlerini mobil cihazlar aracılığıyla gerçekleştirmek, kısaca mobil pazarlama olarak ifade edilebilir. Mobil pazarlama kavramı, firmalar için oldukça önemli bir konu haline gelmiştir.

Firmalar, daha düşük maliyetle daha hızlı geri dönüş elde edebilmek, müşterilerin ürünler hakkında görüşlerini değerlendirebilmek, uygun hedef kitleye uygun mesajı doğru zamanda doğru yerde ulaştırabilmek gibi nedenlerden ötürü mobil pazarlama uygulamalarından yararlanmaya başlamıştır.

Mobil pazarlamanın bu kadar önemli bir konu haline gelmesi, çalışma konusunun da mobil pazarlama olarak belirlenmesine neden olmuştur. Çalışmada, süpermarketlerdeki mobil pazarlama uygulamalarının tüketicilerin satın alma davranışlarına etkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda Aydın İl merkezinde 530 tüketici üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, mobil pazarlama konusunda süpermarketlerin de görüşünü belirleyebilmek için süpermarketlerin müşteri hizmetleri servisleri ile mülakat uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket verileri SPSS programı ile analiz edilmiştir.