

BEYKENT ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME YÖNETİMİ DOKTORA PROGRAMI

# GERİLLA PAZARLAMA

---

03 MAYIS 2014

KORAY KARAMAN  
İSTANBUL

*Koray Karaman*

---

## GRİŞ - İÇERİK HAKKINDA

---

“Gerilla pazarlaması , özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için günümüzün artan rekabet ortamında hızlı adımlar atarak pazarlardaki rekabet güçlerini artırabilmek için kullanabilecekleri önemli bir pazarlama tekniğidir.

Jay Konrad Levinson gerilla pazarlamasının mucidi, amaçlı olarak askeri terminolojisine odaklanmış. Metot ve yöntem kelimelerinin yerine alet ve silah kelimelerini kullanmış. İlk kitabının kapağını ise kamuflaj deseni süslüyor ve başarının formülü kısaca söylüyor: “Hazırlan, nişan al, ateş!”.

---

## GERİLLA PAZARLAMA NEDİR?

---



Gerilla pazarlaması , temelinde yaratıcılık ve hayal gücünün olduğu ve hızlı hareket kabiliyeti gerektiren bir pazarlama tekniğidir. Gerilla savaşta tehlikeyi önceden sezer. Kendisi karar verip uygular, kimse onu yap bunu yap demez. Yerel düşünüp yerel hareket eder. Gerilla pazarlaması ; özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin küçük, periyodik ama şaşırtıcı ataklarla, piyasadaki diğer rakiplerini demoralize edip piyasalarda bir yer edinmesi prensibine dayanmaktadır.

En kısa ve öz tanımla geleneksel olmayan ortamlarda , beklenmedik metodlarla , minimum pazarlama yatırımları ile maksimum geri dönüşlerin alındığı pazarlama aktiviteleri ve stratejileri bütünüdür diyebiliriz.

Gerçekleştirilecek bu küçük ama etkili saldırılarla; fiyat indirim stratejileri, piyasalara daha az kaliteli ama daha ucuz mal sunma veya daha kaliteli, daha pahalı mal sunma stratejileri, ürün farklılaştırma stratejileri, servis stratejilerinde farklılaşmalar ( eve teslim vb ), tüketiciyle direkt temas kurma, dağıtımda yenilik/ etkinlik stratejileri, ilgi çekici, şaşırtıcı , karşılaştırmacı yoğun reklam kampanyalar , üründe yenilik stratejileri, pazarlarda hedef şaşırtma (malı geçici bir süre tamamen piyasadan çekme veya malı piyasaya yığma) gibi değişik taktikler kullanılabilir.

---

## ***NEDEN GERİLLA PAZARLAMA?***

---

- ✓ Klasik pazarlama yöntemlerinin gerçek gücünü yitirmesi
- ✓ Değişen tüketici davranışları
- ✓ İletişim kirliliği
- ✓ Bilgi bombardımanı
- ✓ Medyanın çeşitlenmesi
- ✓ Medyada yer almanın artan maliyeti
- ✓ Reklamın inandırıcılığını yitirmesi
- ✓ Niş pazarların önem kazanması
- ✓ Niş medyaların ortaya çıkması

Geleneksel olmayan bu araçları kullanarak başarıya ulaşmak için ise “gerilla ruhu” gerekiyor.

---

## ***GERİLLA PAZARLAMA VE GELENEKSEL PAZARLAMANNIN KARŞILAŞTIRMASI***

---

1. Geleneksel pazarlama der ki; pazarlama için para yatırman gerekir. gerilla der ki; paran varsa yatır, ama önemli olan para değil, enerji ve hayal gücüdür.
2. Geleneksel pazarlama insanların aklını karıştırır mistik bir hava yaratır, gerilla ise açık seçik gerçekleri anlatır.
3. Geleneksel pazarlama performansı satışla ölçer, gerilla ise karlılığı ön plana çıkartır. Gerilla için önemli olan kar etmektir.
4. Geleneksel pazarlama deneyim ve yargılar üzerine kuruludur yani tahmindir. Oysa gerilla psikoloji ve insan davranışları üzerine odaklıdır. Çünkü gerillanın tahminle kaybedecek zamanı yoktur. Gerilla satın alma kararlarının yüzde 90'ının bilinçaltıyla verildiğini bilir.
5. Geleneksel pazarlama önemli olan satıştır der ve satış sonrasında müşteriyi unuttur. Gerilla ise müşteriyi her zaman takip eder ve onu asla kaybetmez.
6. Geleneksel pazarlama çizgisel olarak işini büyütmeni söyler. Oysa gerilla pazarlama geometrik artışla işi büyütmeye yöneliktir. Her müşteri için daha fazla işlem yapmak bunun bir parçasıdır. Diğer yöntem ise müşterinizin akrabalarını, arkadaşlarını işin içine katmaktır.
7. Geleneksel pazarlama birden fazla işe aynı anda girer, gerilla ise önce işini yönet, işine odaklan ve ondan sonra başka işe giriş der.

8. Geleneksel pazarlama her zaman “ben” der. Her şeyi bunun üzerine kuruludur. Ama gerilla “sen” der. Gerillanın her şeyi; broşürü, ilanı, web sitesi vb. hep müşteriyle ilgilidir.
9. Geleneksel pazarlama insanlara der ki; “hizmetimin veya malımın faydalarını satın al!” Oysa gerilla insanların problemlerini bulmak ve çözmek üzerine odaklanmıştır.
10. Geleneksel pazarlama “ne satabilirim” der. Gerilla ise “müşteriye ne verebilirim” diye sorar. Geleneksel pazarlama almak-satmak üzerine kuruludur. Oysa gerilla “müşteriye ne verirsem onun işine yarar” diye düşünür.
11. Gerilla pazarlama rakiplerle çok ilgilenmez. Gerilla, “rakipleri unut, senin gibi standardı olanlara bak ve onlarla işbirliği yap” der.
12. Geleneksel pazarlama bir avuç pazarlama yöntemi kullanır. Gerilla pazarlamada ise kullanılabilir 100 ayrı silah vardır ve gerilla bunların içinden seçim yapıp bileşkesini kullanır. Bu 100 silahın 62’si ise tamamen bedavadır.
13. Geleneksel pazarlama bilinç dışını hedefler ve küçük detaylara önem vermez. Oysa gerilla pazarlama bilinç altını hedef alır ve detaylara önem verir. Telefonla konuşma biçimi veya insanların ziyaret şeklinin önemli olduğuna inanır.

---

## ***TÜRKİYEDE’Kİ KOBİLER İÇİN GERİLLA***

---

Türkiye’deki küçük ve orta boy işletmelerin çok büyük bir bölümünün tüketiciye yönelik ürün ve hizmetlerden çok endüstriyel pazar için üretim yaptığını biliyoruz. İşten işe yapılan ticaretle de hem ulusal, hem de uluslararası pazarda çok büyük bir rekabet söz konusu. Peki endüstriyel pazarda çalışan KOBİ’ler de gerilla yöntemlerini kullanabilirler mi?

Gerilla pazarlamanın fikir babası Jay Conrad Levinson buna “Kesinlikle evet” diye yanıt veriyor ve hemen ardından devam ediyor: “Endüstriyel pazarda faaliyet gösteren pek çok şirket, gerilla pazarlamanın sadeliğinden, basitliğinden yararlanıyor. Tüm dünyada her boyutta şirket gerilla pazarlamayı kullanmaya ve bu yöntemin neden ana akım pazarlama haline geldiğini anlamaya uğraşiyor. Çünkü gerilla pazarlama gerçekten iş görüyor ve üstelik de pazarlamanın yüksek etik standartlarını koruyarak çalışıyor.”

---

## **GERİLLA PAZARLAMASINA AİT RİSKLER**

---

Burada riskler çok az, çünkü gerilla pazarlamanın metodlarının çoğu fazla maliyet gerektirmemekte. Ayrıca kullanılan metodların hepsi sonucun ölçüsünü ve bilimsel

planlamasını gerektirmekte. Her gönderilen e-mail, her yapılan arama, satın alma denetlenmekte. Geleneksel pazarlamada büyük ölçüde herşey ölçülmemekte. Gerilla Pazarlamada herşey ölçülmekte.

---

## GERİLLA PAZARLAMA UNSURLARI

---

Sonuç olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerde gerilla pazarlamasını uygulayabilmek için öncelikle bazı temel kavramlar üzerinde odaklanmak gerekmektedir:

### 1- Sabır

Gerillanın olmazsa olmaz özelliğidir. Çünkü bir şeyi satmak için çok büyük sabır gerekir. Ufak problemlerden yılmamak, sabırlı olmak gerekmektedir.

### 2- Hayalgücü

Gerçeklerle yüzleşebilmek kabiliyeti yanında gelecekte ne olacağını da öngörmek gerekiyor. Zaten birincisi olmadan ikincisini başarmak oldukça güç.

### 3- Duyarlılık

Gerilla pazarlamacılar şehirlerde, ülkelerde şu anda neler oluyor, şu anda durum nedir, Hep izlerler. O zaman da insanların kafasındakileri bilirler ve insanların kafalarında sohbetlerinde ne varsa ondan söz edebilirler.

### 4- Girişkenlik, saldırganlık

ABD'de şirketler brüt gelirlerinin ortalama yüzde 4'ünü pazarlamaya ayırırlar. Daha agresif olabilen şirketler daha iyi sonuçlar da elde edebilirler. Yaptığınız işi her yerde anlatabilecek kadar girişken ve doğru zamanda doğru silahlarla harekete geçecek kadar saldırgan olabilmelisiniz.

### 5- Değişime açık olmak

Gerillalar değişimden korkmaz ve değişimi çok sever. “Bunu ben kucaklamazsam rakiplerim kucaklar” diye düşünür ve değişimi önce o içselleştirir.

### 6- Cömertlik

Gerilla her zaman müşteriye neyi verebilirim, neyi feda edebilirim diye düşünür. Müşterilerinizle paylaşın, onları başarılı yaparsanız veya beklentilerini karşılırsanız siz de başarılı olursunuz. Elinizde bir mum olsaydı, bir salonda herkesin elindeki mumları tek bir mumla yakmak mümkün olurdu. Böylece, sizinki hala yanarken, aynı anda bütün salon ıslık ıslık olabilir...

### 7- Merak ve öğrenme isteđi

Gerilla her Şeyi merak eder, öğrenir. Çünkü çevremizde öğrenecek çok Őey vardır. Martılar gibi, yükseklerde uçacaksınız, denizdeki balıkları görmek için iyice alçalacaksınız, sonra tekrar yükseleceksiniz. Böylece yeni gelişmeleri sürekli izleyebilirsiniz.

### 8- İnsanlara dönüklük

Gerillalar insanlarla bir arada olmaktan çok hoşlanır. Herkesi sever ve herkesin hikayesını dinler. Dinlemeyi bilmek gerillanın önemli özelliklerinden biridir.

### 9- Odaklanma

Gerillalar amaçlarını, hedeflerini sulandırmazlar. Odaklanırlar ve odaklandıkları işi mükemmel hale getirmeye çalışırlar. Yani aynı anda oraya buraya birden fazla işe saldırmazlar.

---

## GERİLLA PAZARLAMA ÖRNEKLERİ

---



***Spider Man – Vizyona Girecek – Gülümseten Gerilla Pazarlama Örneği***



*Coca Cola – Şaşırtan Gerilla Pazarlama Örneği*



*Mini Cooper – Mesaj İçeren Gerilla Pazarlama Örneği*





***Fitness – Gerçeğin Vurgulanması - Gerilla Pazarlama Örneği***



***The Sopranos – Mafya Dizisi – Gülümseten Gerilla Pazarlama Örneği***





*Nestle Kitkat – Ürün Hatırlatan Gerilla Pazarlama Örneği*



*Mc Donald's – Gülümseten - Yaratıcı Gerilla Pazarlama Örneği*