



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

MARKA ŞEHİRLERİN TANITIM SİTELERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: SOSTAC® MODELİ KAPSAMINDA İSTANBUL İÇİN BİR SİTE ÖNERİSİ

Ebru ULUCAN ^a

Şehnaz DEMİRKOL ^b

^aİstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, Türkiye (eulucan@ticaret.edu.tr)

^bİstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, Türkiye (sehnazdemirkol@gmail.com)

ARTICLE HISTORY

Received:

31.03.2017

Accepted:

10.04.2017

Anahtar Kelimeler:

Markalaşma
Şehir Markalaşması
Marka Şehir
Online Pazarlama
Metrik Analiz
SOSTAC® Modeli

Keywords:

Branding
City Branding
Brand City
Online Marketing
Metric Analysis
SOSTAC® Model

ÖZ

Gelişen teknolojiyle beraber yaygınlaşan internet kullanımı, diğer sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de kendisini göstermiş ve bireyler seyahatlerini internet üzerinden planlar hale gelmiştir. Bu durum, destinasyon pazarlamasında internetin bir araç olarak kullanılmasını sağlamış ve dünya çapında markalaşmış şehirler kendilerine özel tanıtım siteleri oluşturmuşlardır. Marka şehirlerin web sitelerinin performans ve fonksiyonelliğini karşılaştırmak amacıyla yapılan bu çalışmada metrik web analiz yönetimi ile tanıtım siteleri analiz edilmiş ve sonuçlar doğrultusunda İstanbul'un tanıtım sitesini iyileştirmeye yönelik öneriler getirilmiştir.

ABSTRACT

Increased internet usage depending on technological developments affected tourism as the other industries and people started to use internet for travel planning as well. This caused the internet should be used as a destination marketing tool and all globally branding cities have created their own official web sites. The aim of this research is to compare the performance and functionality of the brand cities' web sites. With this aim, the sites have been analyzed by using metric analysis tools and results have been compared with the site of İstanbul, and recommendations to make the site perform better have been presented.