



Nagihan Ünüvar

Markam Sen Marka ve Pazarlama
Yönetim Danışmanlığı
Kurucusu & Genel Koordinatörü

Pazarlamada Multidisipliner Yaklaşım

Son iki yılda, dijital dönüşüm olağanüstü hızda gerçekleşmek zorunda kaldı. Markaların, müşterilerin dijitali anladıkça artan beklentileri karşısında, bu beklentileri hızla karşılamak ve bir sonraki aşamaya geçmek için kaybedecek zamanları yok. Bu hızı ayak uydurmak için yatırımlar yeniden ölçeklendiriliyor, müşteri deneyimini artırmak için teknoloji yatırımlarına odaklanılıyor ve rekabet artıyor.

D Pandemi ile yaşanan krizin yönlendirdiği hızlı dijital inovasyon yerini planlı inovasyona bırakırken, markaların hemen eyleme geçirilebilir iç görüler üretmeleri gerekiyor. Teknoloji yatırımlarının öncelikli olduğu yeni dünya düzeninde, pazarlama çalışmalarında başarılı olmak için, pazarlamanın oyun kurucuları CMO'ların çok çeşitli becerilere ve uzmanlığa sahip olmaları gerekmektedir. Teknik bilgi gerektiren SEO optimizasyonu ve analitiğinden, sosyal beceri gerektiren içerik oluşturma ve yaymaya kadar, çok yönlü bakış açısına sahip olmak ve yeni fikirleri harekete geçirmek, dijital hızı uyum sağlamak için önemlidir.

Büyük markalarının pazarlama departmanlarında iş bölümlendirmesi daha fazladır. SEO Uzmanı, İçerik Editörü, Veri Analisti gibi kendi iş sahasında uzmanlaşmış ekiplerin yer aldığı departmanı yöneten CMO'nun, iş verimliliğini artırmak için operasyona hâkim olması gereklidir. Her rolün içini ve dışını bilmek ve birlikte nasıl çalıştıklarına dair temel bir anlayışa sahip olmak, CMO'nun yalnızca olası bariyerleri ortadan kaldırmasına ve günlük operasyonların verimliliğini artırmasına değil, aynı zamanda daha etkili kampanyalar oluşturmasına ve daha fazlasını yönlendirmesine olanak tanır.

CMO'lar, pazarlama ekibinin verimli çalışması için çalışanlarının bireysel olarak yerine getirmeleri gereken çeşitli rolleri kavradıklarında, ortaya çıkabilecek bariyerleri fark edebilir ve bunların üstesin-



den gelmek için hızla müdahale edebilirler.

Bu nedenle, günümüzün sürekli gelişen ve yeniliklere açık bir alanı olan pazarlamada rekabetçi kalmak isteyen markaların multidisipliner bir yaklaşım benimsemeleri başarı için önemlidir. Bu hedefe ulaşmanın en iyi yolu, sunulan tüm araçlar hakkında bilgi sahibi olmaktır. Günümüz pazarlamasında belirli bir yaklaşımla hareket etmek mümkün değildir. Tek bir doğru yoktur ve sistem kendini sürekli günceller ve tüm rollerin takip edilmesi önemlidir.

Multidisipliner yaklaşımı benimsemek için pazarlamanın sadece bir yönüne bağlı kalmayarak, farklı disiplinleri birbirine bağlama becerisi geliştirilebilir. Örneğin, deneyimsel pazarlama üzerinde çalışırken, müşterileri daha iyi anlamak için sosyal medya analitik verilerinden faydalanılabilir. Müşteri davranışlarını

anlamak için dijital araçlar kullanılabilir. Sosyal medya kampanyası oluştururken içerik pazarlaması becerileri geliştirilebilir.

Multidisipliner yaklaşım, pazarlamanın tüm hedeflerini kapsar ve doğru bir şekilde uygulandığında, farklı disiplinler birbiriyle bağlantılı hale gelir. Bu da pazarlama profilini güçlendirmeye ve markanın kullanıcıları nezdinde değerini yükseltmeyi sağlar. Farklı pazarlama stratejileri kullanılmak, potansiyel müşterilerin çeşitli kanallardan birden fazla temas noktasına sahip olacağı anlamına gelir. Bu, marka bilinirliğini artırır, markayı konunun uzmanı olarak konumlandırır, web sitesine yönlendirme sağlar.

Sonuç olarak, başarılı bir pazarlama için, pazarlamanın birçok yönünü kullanmak, tüm araçlar üzerinde beceri geliştirmek, güncel kalmak ve bunları kendi multidisipliner planında uygulamak gerekir.