

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

DÖNEM PROJESİ

GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE DİJİTAL PAZARLAMANIN ÖNEMİ

Nuran KOÇAR

GAYRİMENKUL GELİŞTİRME VE YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

ANKARA

2024

Her hakkı saklıdır.

ÖZET

Dönem Projesi

GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE DİJİTAL PAZARLAMANIN ÖNEMİ

Nuran KOÇAR

Ankara Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü

Gayrimenkul Geliştirme ve Yönetimi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Yeşim TANRIVERMİŞ

Gelişen dünya koşullarında, gayrimenkul sektörüyle ilgilenen profesyonellerin dijital pazarlama stratejilerini kullanarak gayrimenkul pazarlaması konusundaki etkilerini araştırmak, son zamanlarda önem kazanan bir konudur. Bu araştırmanın temel amacı, gayrimenkul sektöründe dijital pazarlama stratejilerinin kullanımının, geleneksel pazarlama yöntemlerine göre daha etkin bir şekilde nasıl uygulandığını ve sektör üzerindeki etkilerini incelemektir. Geleneksel pazarlama anlayışının yerine dijital pazarlama stratejilerine hızlı bir geçişin yaşandığı gözlemlenen gayrimenkul sektöründe, dijital pazarlama araçlarının kullanımı giderek artmaktadır. Bu araçlar sayesinde işletmeler, gayrimenkullerini daha geniş bir kitleye ulaştırma imkanına sahip olmaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, gayrimenkul profesyonellerine ve danışmanlık şirketlerine, gayrimenkulleri görsel olarak sergileme ve tanıtma konusunda güçlü bir alan sunmaktadır. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok gibi platformlar, gayrimenkul danışmanlarının hedef kitlelerine daha kolay erişmelerini sağlamaktadır. Sosyal medya platformları aynı zamanda, belirli demografik özelliklere, coğrafi konumlara ve ilgi alanlarına dayalı olarak hedeflenen reklam kampanyalarının daha etkili bir şekilde yönetilmesine olanak sağlamaktadır. Bu da gayrimenkul profesyonellerinin potansiyel alıcılar ve satıcılarla daha etkin bir iletişim kurmalarını mümkün kılmaktadır. Gayrimenkul sektöründeki profesyonellerin, sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanarak marka bilinirliklerini artırma ve güvenilirliklerini pekiştirme fırsatları bulunmaktadır. Düzenli olarak içerik üretme ve paylaşma, sektördeki bilgi ve uzmanlık düzeyini göstermektedir ve potansiyel müşterilerle etkileşim kurma şansını artırmaktadır. Sonuç olarak, dijital pazarlama stratejilerinin gayrimenkul sektöründe önemli bir rol oynadığı ve bu stratejilerin doğru bir şekilde uygulanması durumunda sektördeki profesyonellere büyük fırsatlar sunabileceği görülmektedir. Bu bağlamda, gayrimenkul profesyonellerinin dijital pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde kullanmaları, sektördeki rekabet gücünü artırabilir ve iş sonuçlarını olumlu yönde etkileyebilir.

Haziran 2024, 54 sayfa

Anahtar Kelimeler: Gayrimenkul, gayrimenkul pazarlama, gayrimenkul sektörü, dijital pazarlama, geleneksel pazarlama, sosyal medya.

ABSTRACT

Term Project

THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING IN THE REAL ESTATE SECTOR

Nuran KOÇAR

Ankara University

Graduate School of Natural and Applied Sciences

Department of Real Estate Development and Management

Supervisor: Prof. Dr. Yeşim TANRIVERMİŞ

In today's evolving world conditions, researching the impact of digital marketing strategies used by real estate professionals on real estate marketing has become increasingly important. The primary aim of this research is to examine how the use of digital marketing strategies in the real estate sector is applied more effectively compared to traditional marketing methods and its effects on the industry. There has been a noticeable shift from traditional marketing practices to digital marketing strategies in the real estate sector, leading to an increasing adoption of digital marketing tools. Through these tools, businesses can reach a wider audience for their properties. Especially social media platforms provide a powerful space for real estate professionals and consultancy firms to visually showcase and promote their properties. Platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok enable real estate agents to reach their target audiences more easily. Social media platforms also facilitate the more effective management of targeted advertising campaigns based on specific demographic characteristics, geographic locations, and interests, allowing real estate professionals to communicate more effectively with potential buyers and sellers. Real estate professionals have opportunities to increase brand awareness and reinforce their credibility by effectively utilizing social media platforms. Regularly creating and sharing content demonstrates industry knowledge and expertise, increasing the chances of engaging with potential customers. In conclusion, it is evident that digital marketing strategies play a significant role in the real estate sector and when implemented correctly, can offer great opportunities to professionals in the industry. Therefore, effectively utilizing digital marketing strategies can enhance competitiveness in the sector and positively impact business outcomes.

JUNE 2024, 54 page

Keywords: Real estate, real estate marketing, real estate sector, digital market, traditional market, social media.

TEŞEKKÜR

Öncelikle dönem projesi çalışmamda emeklerini üzerimden esirgemeyen, her daim nazikliğiyle, tecrübelerini paylaşan, karşıma çıkan engellerde bana çözümler sunan, çok değerli danışman hocam Sayın Prof. Dr. Yeşim TANRIVERMİŞ'e sonsuz şükranlarımı sunarak, teşekkürlerimi iletmek isterim.

Gayrimenkul Geliştirme ve Yönetimi lisans ve yüksek lisans, doktora programlarını açarak Türkiye'de bu alanda kurulan ilk bölüm olarak bu alandaki noksanlığın giderilmesini sağlayarak, 2016 yılında lisansa başladığım ilk günden itibaren tüm öğrencileriyle tek tek ilgilenererek bir dekan olarak değil bir babacan davranan Anabilim Dalı Başkanı ve Gayrimenkul Geliştirme ve Yönetimi Dekanı Prof. Dr. Harun TANRIVERMİŞ'e minnettarım. Bugünlere gelmeme vesile olan aileme şükranlarımı sunarım. Ayrıca sektördeki yerimde ilerlememi sağlayan, yüksek lisansı bitirmemde bana her daim destek olan Carnaval İnşaat ve Gayrimenkul ailesine en içten dileklerle teşekkür ederim.

Nuran KOÇAR
Ankara, Haziran 2024

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
SİMGELER DİZİNİ.....	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	2
1.2 Araştırmanın Kapsamı, Sınırlılıkları, Materyal ve Yöntem.....	3
1.3 Literatür Taraması.....	3
2. KURAMSAL ÇERÇEVE.....	6
2.1 Kavram ve Tanımlar.....	6
2.2 Gayrimenkul Sektörünün Durumu.....	8
2.3 Türkiye’de Gayrimenkul Sektörü.....	9
3. DİJİTAL PAZARLAMA VE GELENEKSEL PAZARLAMA.....	11
3.1 Dijital Pazarlamanın Tanımı.....	11
3.2 Geleneksel Pazarlamanın Tanımı.....	12
3.3 Geleneksel Pazarlama ve Dijital Pazarlamanın Farklılıkları.....	13
3.4 Dijital Pazarlama Bileşenleri.....	14
3.4.1 Search engine optimization (SEO) ve Search engine marketing (SEM).....	15
3.4.2 İçerik pazarlaması.....	18
3.4.4 Sosyal medya pazarlaması.....	20
3.4.5 Mobil Pazarlama.....	26
3.5 Dijital Pazarlama Avantajları.....	26
3.6 Dijital Pazarlama Dezavantajları.....	27
4. GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE DİJİTAL PAZARLAMANIN ÖNEMİ.....	29
4.1 Dijital Pazarlama Stratejileri.....	29
4.1.1 Müşteri etkileşiminin geliştirilmesi.....	31
4.1.2 Marka bilinirliğinin geliştirilmesi.....	32
4.1.3 Yeni pazarlara giriş sağlanması.....	32
4.1.4 Ürün ve hizmetlerin reklamının ve tanıtımının yapılması.....	33
5. GELECEK TRENDLER VE ÖNGÖRÜLER.....	35
5.1 Dijital Pazarlamanın Yapay Zeka ve Makine Öğrenimi ile Etkileşimi.....	35
5.2 Gayrimenkul 4.0.....	37
5.2.1 Büyük veri analizi.....	38
5.2.2 Nesnelerin interneti.....	38
5.2.3 Blokzincir teknolojisi.....	39
5.2.4 Yapay zeka ve makine öğrenmesi.....	40
5.2.5 Üç boyutlu görselleştirme (3D Printing).....	40

5.2.6 Sanal ve artırılmış gerçeklik	41
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	43
KAYNAKLAR	45
ÖZGEÇMİŞ	47