



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 1234-1245.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.392](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.392)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Turizm Endüstrisinde İçerik Pazarlaması: Kuşadası'ndaki 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin İçerik Pazarlaması Uygulamaları**

Dr. Öğr. Üyesi Güntekin ŞİMŞEK, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Kırgızistan, e-posta: [guntekin.simsek@manas.edu.kg](mailto:guntekin.simsek@manas.edu.kg)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3068-8267>

Aziz Batuhan DİNÇEL, Doktora Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, e-posta: [batudncl@gmail.com](mailto:batudncl@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0768-3583>

#### **Öz**

Turizm ülke, bölge ve işletme ekonomileri açısından özel bir konuma sahiptir. Turizm gelirlerinin çoğunlukla döviz olması ve ihracat etkisi yaratması bunun en büyük sebebidir. Ancak turizmdeki en büyük dezavantaj talep istikrarsızlığından kaynaklı belirsizliktir. Bu belirsizliğin etkin pazarlama stratejileriyle aşılabildiği ve istikrarın sağlanabilmesi mümkündür. Gelişen teknoloji ve iletişim kanalları sayesinde işletmeler ilgi çekici ve satış odaklı olmayan içeriklerle hem mevcut hem de potansiyel müşterilerine ulaşabilmekte ve değer yaratmaktadırlar. Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Kuşadası'nda bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin içerik pazarlaması faaliyetleri bakımından incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda konaklama işletmelerinin içerik pazarlaması uygulamalarına internet üzerinden erişilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre konaklama işletmelerinin bir kısmının resmi web sitesinin olmadığı ve bazılarının sorunlu olduğu görülmüştür. Resmi web sitelerinin ağırlıklı olarak fotoğraf ve metin içerikli olduğu, diğer yandan giriş sayfasında video içerik bulunduran işletme sayısının az olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca işletmelerin sosyal medya kullanımı incelendiğinde çoğu işletmenin kısıtlı sayıda sosyal medya hesabının olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, İçerik pazarlaması, Konaklama işletmeleri, Kuşadası.

**Makale Gönderme Tarihi:** 19.12.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 07.04.2020

#### **Önerilen Atıf:**

Şimşek, G. ve Dinçel, A. B. (2020). Turizm Endüstrisinde İçerik Pazarlaması: Kuşadası'ndaki 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin İçerik Pazarlaması Uygulamaları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1234-1245.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Content Marketing in Tourism Industry: Content Marketing Applications of Five Star Hotel Industry in Kuşadası**

Assistant Prof. Dr. Güntekin ŞİMŞEK, Kırgızistan-Türkiye Manas University, School of Tourism and Hotel Management, Kırgızistan, e-mail: [guntekin.simsek@manas.edu.kg](mailto:guntekin.simsek@manas.edu.kg)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3068-8267>

Aziz Batuhan DİNÇEL, PhD. Aydın Adnan Menderes University, Social Sciences Institute, Aydın, e-mail: [batudncl@gmail.com](mailto:batudncl@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0768-3583>

**Abstract**

Tourism has a special position in terms of country, region and business economies. The creation of export effect and foreign currency contribution in tourism revenues considered as some of the reasons of the uniqueness of Tourism. However, demand instability is the biggest disadvantage in tourism. However, it is possible to overcome the uncertainty with effective marketing strategies. Companies could reach existing customers and potential customers with interesting and non-sales-oriented content owing to emerging technologies and communication tools. The purpose of this study is to investigate the content marketing activities of 5-star hotels in Kuşadası which is one of the important tourism centers in Turkey. For this purpose, content marketing applications of hotels were accessed on the internet. According to the findings of the study, some of 5-star hotels do not have an official website. Official websites of some of 5-star hotels do not work properly. It was seen that the official websites had mainly photographs and included text content. It was found that the number of hotels which have video content on the home page of the website was low as well. When the social media usage of hotels is examined, it is determined that most hotels have limited type of social media accounts.

**Keywords:** Tourism, Content marketing, Hotel industry, Kuşadası.

**Received:** 19.12.2019

**Accepted:** 07.04.2020

**Suggested Citation:**

Şimşek, G. and Dinçel, A. B. (2020). Content Marketing in Tourism Industry: Content Marketing Applications of Five Star Hotel Industry in Kuşadası, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 1234-1245.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.