



## Dünyada En Çok Turist Çeken 10 Şehrin Websitelerinin Elektronik Pazarlama Açısından İncelenmesi (Websites Analysis of 10 Most Visited Cities in The World in Terms of Electronic Marketing)

\* Pelin NASÖZ <sup>a</sup> , Melike OYMAK <sup>b</sup> , Fazıl KAYA <sup>c</sup> , İsmail KIZILIRMAK <sup>d</sup> 

<sup>a</sup> İstanbul University, Ph.D, Institute of Social Science, Department of Tourism Management, İstanbul/Turkey

<sup>b</sup> İstanbul University, MS, Institute of Social Science, Department of Tourism Management, İstanbul/Turkey

<sup>c</sup> Gümüşhane University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Gümüşhane/Turkey

<sup>d</sup> İstanbul University, Faculty of Economics, Department of Tourism Management, İstanbul/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:02.05.2020

Kabul Tarihi:26.06.2020

### Anahtar Kelimeler

Şehir turizmi

Elektronik pazarlama

Web siteleri

### Öz

İnternetin yaygın kullanılmaya başlaması seyahat endüstrisini kökten değiştirmiş ve destinasyonlar arasında internet üzerinden daha çok turiste ulaşmak için bir rekabet ortamı yaratmıştır. Günümüzde turistler destinasyonlarla ilgili bütün bilgiye çoğunlukla internet üzerinden ulaşmaktadır. Destinasyonlarla ilgili güvenilir bilginin sunulduğu en önemli kanallardan biri de resmî kurumlar tarafından yönetilen ya da desteklenen şehir tanıtım web siteleridir. Bu çalışma kapsamında dünyada en çok ziyaretçi çeken 10 şehrin resmi tanıtım web siteleri analiz edilmiştir. Bu web sitelerinde şehirlerin potansiyel ziyaretçilerine hangi bilgileri sundukları, hangi pazarları hedefledikleri ve hedef pazarları için hangi içerikleri sundukları araştırılmıştır. Araştırmanın önemli sonuçlarından birisi, bütün şehirlerin web sitelerinde çocuklu aileleri ve çiftleri hedefleyen içerikler sunmasıdır. Çalışmanın diğer bir önemli sonucu da, New York, Londra, Paris'in web sitelerinin daha geniş bir hedef pazarlara hitabeden içeriğe sahipken; Kuala Lumpur ve İstanbul'un web sitelerinin sınırlı bir hedef pazara yönelik bilgiler içermesidir.

### Keywords

City tourism

Electronic marketing

Websites

### Abstract

The common use of the Internet has remarkably disrupted the travel industry and led to competition among destinations to attract more tourists via the Internet. Today, tourists have access to all kinds of destination information through the Internet. One of the most important resources that provides the credible information regarding destinations is the city guide websites managed or supported by the government agencies. In this study, the official websites of the 10 most visited cities in the world were analyzed. Kind of information these websites provide to the potential visitors, target markets and contents for their target markets were explored. One of the significant results of the study is that all official city websites have the special content for the families with kids and the couples. Another important result of the study is that while content aspects of New York, London and Paris' websites expand to a wide range of target markets, Kuala Lumpur and İstanbul's websites focus on a limited target market.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: pelinnasoz@yahoo.com (P. Nasöz)

DOI: 10.21325/jotags.2020.601