

Otel İşletmeleri Instagram Paylaşımlarının Sosyal Medya Pazarlaması Kapsamında İçerik Analizi Yöntemi İle Değerlendirilmesi¹

*Evaluation of Hotel Management Instagram Sharings with Content
Analysis Method Within Social Media Marketing*

Murat BAYRAM
Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Denizli, Türkiye
mbayram@pau.edu.tr

Ümmühan BAYRAM
Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Denizli, Türkiye
ubayram@pau.edu.tr

Semih ARICI
Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sakarya, Türkiye
semiharc@gmail.com

Özet

Sosyal medyanın birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de tüketiciler ile etkileşime geçmek, ilişki kurmak ve marka farkındalığı oluşturmak amacıyla kullanımının hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. Turizm ürününün deneyime dayalı olması nedeniyle tüketilmeden önce ürün hakkında bir yargıya varmanın kolay olmaması ve sunulan hizmetlerin soyut yapısından dolayı satın alma öncesinde seyahat edenler için satın alma sürecinde bazı riskler oluşmaktadır. Bu nedenle otel işletmelerinin sundukları hizmetleri somutlaştırma ve tüketiciler ile iletişim çabalarına katkı sağlayan kaliteli görsellerin bulunduğu sosyal medya araçları önemli bir hale gelmektedir. Buna bağlı olarak bu çalışmanın temel amacı, otel işletmelerinin fotoğraf tabanlı bir sosyal medya aracı olarak Instagram'daki uygulamalarını incelemek ve otellerin fotoğraf tercihlerinde türlerine göre bir farklılık olup olmadığını analiz etmektir. Bu amaca yönelik olarak 10 – 15 Ağustos 2015 tarihleri arasında TripAdvisor tarafından ilan edilen Türkiye için en iyi otel kategorisinde bulunan ve Instagram kullanan otel işletmelerinin resmi Instagram hesaplarındaki paylaşımları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Ayrıca otel işletmelerinin türü ile paylaşımları arasındaki ilişki olup olmadığını analiz etmek için ki-kare ve içerik temaları ile takipçilerin işletmeye etkileşimi arasında ilişki olup olmadığı belirleyebilmek için ise Kruskal-Wallis H testlerinden faydalanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre otel işletmelerinin fotoğraf paylaşımları 11 tema altında toplandığı, kıyı ve şehir otellerini paylaşımlarında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmanın sonunda otel işletmeleri için bazı öneriler de sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, sosyal medya, Instagram, otel işletmeleri

¹ Bu çalışma 12-15 Kasım 2015 tarihinde düzenlenen 16. Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuştur.

Abstract

It is seen that usage of social media in order to communicate with consumers to have relation and to create awareness of brand has increased dramatically in tourism sector as well as in other sectors. There are some risks during buying process for travellers due to difficulty in deciding before consumption since tourism product depends on experience and abstract structure of service provided. Therefore, social media tools which provides high quality visualizations that supports communication efforts of hotel managements with consumers and making the service concrete become important. Depending on that, the main aim of this study examination of applications of hotel managements on Instagram as a photo based social media tool and analyzing whether there is a difference between their photo preferences depending on their type or not. Based on this aim, between 10-15 August, 2015, sharings of hotel managements which are within the best hotel category for Turkey advertised by TripAdvisor and which use Instagram are examined by content analysis method. Also chi-square is used to analyze whether there is a relationship between types of hotel managements and their sharings or not. Kruskal Wallis H is used in order to determine whether there is a relationship between content themes and interaction of followers with the management. According to results of the study, photo sharings of managements fall under 11 themes, it is seen that there are significant differences between sharings of city and coast hotels. Besides, some suggestions are offered for hotel managements at the end of the study.

Keywords: *Marketing, social media, Instagram, hotel managements.*