

OTEL İŞLETMELERİNDE YÖNETİCİLERİN MİY (MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ) ALGILAMALARI: İSTANBUL'DA FAALİYET GÖSTEREN 5 YILDIZLI OTELLERE YÖNELİK AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. İlker ÖZTÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi
Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü
E-posta: ilker5885@gmail.com

Öğr. Gör. Murat YEŞİLTAS

Cumhuriyet Üniversitesi
Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü
E-posta: yesiltas.murat@gmail.com

Gamze ÖZEL

Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Özet

Küreselleşme ve bazı gelişmelerden kaynaklanan etkiler pazarlama da ürün modelinden müşteri merkezli yaklaşım modeline doğru değişim göstermiştir. Bu amaçla işletmeler müşterileri ile uzun vadeli ilişki geliştirebilmek amacıyla veri tabanı oluşturmak ve bireysel pazarlama faaliyetlerine odaklanmak durumundadır. Müşteri ile ilişki kurulması, geliştirilmesi, birbiri ile aynı ürünler üreten sadece ürün sunumunda farklılık yaratarak hizmet sunan otel işletmeleri için daha da önemlidir. Müşteri İlişkileri Yönetimi; müşteri memnuniyeti sağlanması ve böylece tekrar müşteri dönüşümünün oluşturulması açısından otel işletmelerinin üzerinde durması gereken bir pazarlama anlayışıdır. Bu çalışmada İstanbul'daki faaliyet gösteren otel işletmelerindeki yöneticilerin Müşteri İlişkiler Algılamaları ve yapmış oldukları faaliyetler ele alınmıştır. Bu amaçla öncelikle literatür araştırması yapılmış daha sonra otel yöneticilerine yönelik anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anketler SPSS 16.0 paket programı ile değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, müşteri ile uzun süreli ilişkilerin kurulması hususunda otel yöneticileri oldukça duyarlı davranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yöneticinin Algısı, Otel ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

HOTEL MANAGERS' CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) IMPRESSIONS: A RESEARCH ABOUT 5 STARRED HOTELS IN ISTANBUL

Abstract

Because of the globalism and other effects, marketing changed from product orientated approach to customer orientated approach. So the companies must set up a customer database and must focus on the individual marketing activities. It is very important to establish a good relation ship with customer for hotels which have some product but different product presentation. Customer satisfaction is an important marketing factor for feedback fort he CRM. In this paper, hotel managers' activities and Customer Relationship Management impressions were researched. At first literature research was made and then a questionnaire was made and questionnaire evaluated SPPS 16.0 package program. Finally hotel managers are very sensitive about establish long -term relationship with customer.

Keywords: Customer Relationship Management, Perception of Manager, Hotel and Customer Relationship Management.

İlker ÖZTÜRK 2007 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dınçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulundan mezun oldu. Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliğinde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır. Akademik ilgi alanları Pazarlama, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve İlişkisel Pazarlamadır.

Murat YEŞİLTAŞ 1999 yılında Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Konaklama İşletmeciliğini kazandı ve 2003 yılında mezun oldu aynı yıl Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Yüksek Lisans öğrenimine başladı. 2006 Ocak ayında mezun oldu. Halen Cumhuriyet Üniversitesi Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliğinde Öğretim Görevlisi ve Program Koordinatörü olarak görev yapmaktadır.

Gamze ÖZEL 2007 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dınçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulundan mezun oldu. 2007 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Yüksek Lisans eğitimine başladı. Şuan tez aşamasında devam etmektedir.