

PROFESYONEL SATIŞ YÖNETİMİ

Prof. Dr. Serap ÇABUK
Ç. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi



2016

© 2016 AKADEMİSYEN KİTABEVİ

Yayın Dağıtım ve Pazarlama A. Ş.

Halk sk. 5/A Yenişehir/ANKARA

Tel: 0312 431 16 33

www.akademisyen.com

PROFESYONEL SATIŞ YÖNETİMİ

Yazar: Prof. Dr. Serap ÇABUK

ISBN: 978-605-9942-65-2

DOI: 10.37609/akya.1986

Bu kitabın yayın hakkı AKADEMİSYEN KİTABEVİ'ne aittir. 5846 ve 2936 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Yasası gereği herhangi bir bölümü, resmi veya yazısı, yazarın ve yayıncısının yazılı izni alınmadan tekrarlanamaz, basılamaz, kopyası çıkarılamaz, fotokopisi alınamaz veya kopya anlamı taşıyabilecek hiçbir işlem yapılamaz. Yazıların içerikleri yazarı bağlamaktadır.

Dağıtım Adresi

Akademisyen Kitabevi

Halk sk. 5/A Yenişehir/ANKARA

Tel: 0312 431 16 33

www.akademisyen.com



Yayın Koordinatörü : Yasin DİLMEN
Mizampaj : Rahime DİLMEN
Kapak : Rahime DİLMEN
Baskı : Özyurt Matbaacılık

ÖNSÖZ

Satış, satışı ve satış yöneticisi terimleri önceleri müşterileri yanıltan terimlerdi. Satış yöneticisi ve satışı, karşı tarafın sözleşmeyi okumasına olanak tanımadan sipariş eden ve amaçları sadece satış yapmak olan kişiler olarak anlaşılmaktaydı. Yıllar boyunca satışılık üzerine edinilen olumsuz tutum ve inanışlar satışın bir profesyonel süreç ve bu işi yapanlar için meslek olarak algılanmasına engel olmuştur. Dolayısıyla eğitim sürecinde bu alana ilgi istenilen düzeyde olmamıştır. Ancak günümüz satışı ve satış yöneticileri yukarıda sözü edilen türden bir iş yürütmemektedirler. Satış elemanlarının bugünkü durumlarına bakıldığında, eğitilmiş, yetenekli ve motive edilmiş kişiler oldukları görülür. Satışçıların uzun dönemdeki başarıları müşteri tatminine odaklanmış durumdadır. Modern satışçılar, müşterileri bunaltmak yerine müşteri ihtiyaç ve isteklerini belirlemeye ve sorunlarına çözüm bulmaya çalışmaktadırlar. Satışçılar tamamen konuşan taraf olarak satışı gerçekleştirmek yerine, karşısındakini de dinlemeyi işin gerekliliği saymaktadırlar. Satışçılar satışı, satış gerçekleştirildikten sonra müşterisini unutarak değil, satış sonrası hizmetleri müşteriye sunarak ve müşteriyle ilişkisini kesmeyerek gerçekleştirmektedirler. Modern satışı, seyyar satıcı (işportacı) değil; işini profesyonelce yapan kişidir. Bu bağlamda çalışmamızda modern satışı ve satış yönetiminin şirketlerce ne şekilde ele alınması gerektiği üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın üçüncü baskısını, ilave etmeyi düşündüğümüz yeni konular ve düzenlemeler itibarıyla gerekli görmüş bulunmaktayız. Kitaba, işletmeler ve tabii satışçılar açısından önemli bir konu olduğunu düşündüğümüz “Satış Yönetiminde Etik” ve “Satış Yönetiminde Liderlik” konuları eklenmiştir. Günümüzün gelişen teknolojisi karşısında ilave edilmesini uygun gördüğümüz konulardan birisi de “İnternette Satış” olmuştur. Böylece çalışma 14 bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde, Satış Yönetimi, Kişisel Satış ve Satışılık; ikinci bölümde, Satış Süreci Aşamaları ve Satış Yönetimi Planlama Süreci; üçüncü bölümde, Bölge ve Zaman Yönetimi; dördüncü bölümde, Satış Bütçesi ve Satış Tahmini; beşinci bölümde, Satış Gücünün Organizasyonu; altıncı bölümde, Satışçıların Tedarik ve Seçimi; yedinci bölümde, Satışçıların Eğitimi; sekizinci bölümde, Satış Gücünün Motivasyonu; dokuzuncu bölümde, Satış Yönetiminde Liderlik; onuncu bölümde, Ücretlendirme; onbirinci bölümde, İnternette Satış; onikinci bölümde,

Satışçı Performansının Değerlendirilmesi, onüçüncü bölümde, Satış Yönetiminde Etik ve ondördüncü bölümde, Uluslararası Satış konuları ele alınmıştır. Ayrıca, çalışma yaşamının her alanında olduğu gibi satışçılık mesleğinde de kadının yeri altıncı bölümde irdelenmiştir

Kitabın yeni baskısının hazırlanmasında emeği geçen Öğr.Gör.Dr. Burak NAKİBOĞLU'na, Öğr.Gör.Dr. Deniz ZEREN'e, Arş.Gör. Hatice DOĞAN SÜDAŞ'a, Arş.Gör. Ceyda KELEŞ'e ve Arş.Gör. Selin KÖKSAL ARAÇ'a teşekkür ederim. Ayrıca, kitabın basımı için gerekli özeni gösteren Akademisyen Yayınevine ve çalışanlarına teşekkür ederim.

Önümüzdeki yıllarda satışçılığın öneminin daha da anlaşılacak ve artacak olması nedeniyle kitabın öğrencilere ve konuyla ilgili olanlara yardımcı olacağını ummaktayım. Kitaptan yararlanacak olanların ve kitabı herhangi bir vesileyle okuyacakların kitaba ilişkin sunacakları eleştiriler, kitaba ilerleyen yıllarda yeni baskıları sırasında yön verecek ve iyileştirilmesine katkıda bulunacaktır.

Prof. Dr. Serap ÇABUK

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1	1
Satış Yönetimi	3
1.1.Satış Yönetimi, Kişisel Satış ve Satışçılık.....	4
Bölüm 2	23
Satış Süreci	25
2.1. Satış Süreci Aşamaları.....	25
2.2. Satış Yönetimi Planlama Süreci.....	43
Bölüm 3	49
Bölge ve Zaman Yönetimi	51
3.1. Satış Bölgesi Yönetimi.....	51
3.2. Satış Kotalarının Saptanması	64
3.3. Zaman Yönetimi.....	74
Bölüm 4	81
Satış Bütçesi.....	83
4.1. Satış Harcamalarının Hesaplanması.....	83
4.2. Bütçe Süreci.....	85
4.3. Satış Verimliliği	88
4.4.Satış Tahminleri	88
4.5. Planlama Yöntemi ve Bütçe Süreci	93
4.6. Satış Kontrolü ve Analizi	95
4.7. Satış Analizi.....	97
Bölüm 5	99
Satış Gücünün Organizasyonu	101
5.1. Satış Gücü Organizasyonunun Amaçları ve Organizasyon Yapısını Belirleyen Unsurlar	101
5.2. Satış Gücü Organizasyonu ilkeleri	104
5.3. Merkezleşme ve Merkezleşmeme	105
5.4. Emir Komuta Satış Gücü Organizasyon Yapısı	107
5.5. Emir Komuta ve Kurmay Satış Gücü Organizasyon Yapısı	107
5.6. Satış Gücü Organizasyon Yapısı Çeşitleri.....	108

Bölüm 6	117
Satışçıların Tedarik ve Seçimi	119
6.1. Satış Gücünün Nicelik ve Nitelik Olarak Belirlenmesi	120
6.2. Satışçıların Tedariki	128
6.3. Satışçıların Ayıklanması ve Seçimi	134
Bölüm 7	145
Satışçı Eğitimi.....	147
7.1. Satış Eğitimi Amaçları	148
7.2. Eğitim İçeriğinin Kararlaştırılması	151
7.3. Eğitim Metotlarının Seçilmesi.....	152
7.4. Satış Eğitim Felsefeleri.....	157
7.5. Satış Eğitimi İçin Organizasyon	157
7.6. Satış Eğitim Programının Değerlendirilmesi	163
Bölüm 8	167
Motivasyon.....	169
8.1. Satış Elemanlarının Motivasyonunun işletmeler Açısından Önemi.....	169
8.2. Motivasyon Teorileri	172
8.3. Satış Elemanın Motivasyonunda Kullanılan Araçlar.....	177
8.4. Satış Elemanının Motivasyonunu Artırmak İçin Yapılabilecek Diğer Faaliyetler	183
Bölüm 9	187
Satış Yönetiminde Liderlik.....	189
9.1 Liderlik	189
9.2 Liderlik Teorileri	191
9.3 Liderlik Özellikleri	193
9.4 Liderlik ve Güç	195
9.5 Liderlik Tarzları.....	196
9.6 Liderlik İle İlgili Önyargılar: Kadın Liderler	202
Bölüm 10	205
Ücretlendirme	207
10.1. Ücretlendirme Planının Tasarlanması.....	207
10.2. Ücretlendirme Yöntemleri	212
10.3. İkramiyeler (İkramiye Ödemeleri).....	215

Bölüm 11	219
İnternette Satış	221
11.1. İnternette Satış ve Yararları	221
11. 2 İnternette Alışverişe İlişkin Tüketici Tutum ve Davranışları	223
11. 3. Elektronik Ortamda Müşteri İlişkileri Yönetimi	227
11.4 Bir E-Mağaza Nasıl Kurulur?	234
Bölüm 12	239
Satışçı Performans Değerlemesi	241
12.1. Satışçı Performans Değerlemesinin Amacı	241
12.2.Satışçı Performans Değerlemesindeki Gelişmeler	243
12.3. Satışçı Performans Değerleme Süreci	245
12.4. Satışçı Performans Değerleme Yöntemleri	252
12.5. Satışçı Kontrolü ve Denetlenmesi	259
12.6. Satışçı Performans Standartları	261
Bölüm 13	273
Satış Yönetiminde Etik	275
13.1 Etik Kodlar	276
13.2 Kişisel Satış Etiği.....	277
13.3 Etik Problemlere Sebep Olan Durumlar.....	277
13.4 Satış Etiği Yönetimi	283
Bölüm 14	287
Uluslararası Satış Yönetimi.....	289
14.1. Uluslararası Satış ve Pazarlama Fırsatları.....	289
14.2. Uluslararası Satış Yönetiminde Karşılaşılan Sorunlar	290
14.3. Uluslararası Satış ve Pazarlamada Stratejik Sorunlar	294
14.4. Uluslararası Satış Teknikleri	298
14.5. Uluslararası Satış Yönetimi Uygulamaları.....	301
Örnek Olaylar	305
Yararlanılan Kaynaklar	337
Konu Dizini	343

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- ABUKAY, H.S. (1993), Performans Değerleme Yöntemleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü.Sos.Bil.Ens.İşl.Anabilim Dalı, İSTANBUL.
- AKAL, Z. (1996), İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi, M.P.M. Yayın No: 473, Ankara.
- AMSTRONG, M. (1991), A Handbook Of Personnel Management Praticce, Clays Ltd.Şti Lves Öle in England, Fourth Edition
- ANDERSEN, R.E., Hair, J.F., Bush, A.J. (1999), Sales Management, Dame Publications.
- ANDERSON Rolph E., Joseph F. HAİR, J.r., Alan J. BUSH, (1992) , Professional Sales Management, Second Edition, McGraw Hill Inc., USA.
- BALTAŞ Acar ve Zuhal Baltaş, (1995) , Bedenin Dili, Remzi Kitabevi, 10. Basım.
- BARKER, T. (1978), "Satışçıların Ücretlendirilmesi", Pazarlama Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 1,ss. 1723
- BARKER, T. (1979), "Satışçıların Tahsisi Sorununa Sistem Yaklaşımı", Pazarlama Dergisi, Yıl:4, Sayı:4, ss.1 117.
- BASS, B.M. (1990), Handbook of Leadership: Theory Research and Managerial Applications, NY: Free Press.
- BAŞ, İ.ARTAR, A., (1991) , İşletmelerde Verimlilik Denetimi, M.P.M. Yayınları, 435, ANKARA.
- BAY AR, Doğan Cemalcılar, I. Aşkın, I.C.ÖzAlp, S. (1985) , İşletmecilik Bilgisi, Eskişehir.
- BECHERER, Richard C.; Fred W. Morgan&Lavvrence M. Richard, (1982) , 'The Job Characteristics Of Industrial Salespersons: Relationship To Motivation and Satisfaction", Journal of Marketing, Vol.46, ss.125135.
- BEHRMAN Douglas N., William D. PERREAULT Jr., (1984) , "A Role Stress Model of Industrial Salespersons", Journal of Marketing, Fail, Vol: 48.
- BERKOWITZ, Eric N., Roger A. Kerin, William Redelius, (1986) , Marketing, Times Mirror / Mosby College Publishing.
- BETTGER, Frank, (1994) , Satışta Başarı, Çeviren: Mehmet Harmancı, Remzi Kitabevi, İSTANBUL.
- BICKERTON, Pauline, Bickerton, Matthew and Pardesi, Upkar, (2000), Cybermarketing How to use the Internet to market your goods and services, Butterworth-Heinemann, Oxford, Second edition
- BONOMA, Thomas B., "Majör Sales: Who Really Does The Buying?", Harvar Business Review, May June, ss.1 1120.
- BOZKURT, Veysel, (2000), Elektronik Ticaret, Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1. Baskı, İstanbul
- BROWN Steven P., Robert A. PETERSON, (1994) , "The Effect of Efforton Sales Performance and Job Satisfaction", Journal of Marketing, April, Vol: 58.
- BUDDHAPRIYA, Sanghamitra (2009), "Work-family challanges and their impact on career decisions: a study of Indian women professionals", Vikalpa, Vol:34,No:1,ss:31-45.
- BUSKIRK, FLH. BUSKIRK, B. (1992) , Selling, Singapare Thirteenth Edition
- CATEORA, Philip R., (1997) , International Marketing, Ninth Edition, McGraw Hill Book Co. Inc.
- CHERNATONY, Leslie, (2001), "Succeeding With Brands On The Internet,

Journal of Brand Management, Vol:8, No:3, pp. 186-195

CHOWOHURY, J. (1993) , "The Motivational Impact Of Sales Quates On Efort", Journal of Marketing Research, Vol. 30, ss. 2841

CHURCHILL, G.A.FORD,N.M.HARTLEY, S.W.WALKER, O.C. (1985) , "The Determinants Of Salesperson Performance A Meta Analysis", Journal Of Marketing Research, Vol 22, ss. 103118.

CHURCHILL, Jr. Gilbert A., Neil M. Ford, Orville C. Walker Jr., (1997) , Sales Force Management, Fifth Edition, Richard D. Invin Inc.

COMER, J.M.DUBINSVY, A.J. (1985) , Managing The Succesful Sales Force, AcidFree Paper in USA., Fourth Edition.

ÇABUK, S.DEMİRCİ, F. (1995) , Etkin Bir Satış Gücü Oluşturulması ve Beyaz Eşya Sektöründe Bir Uygulama, I. Ulusal Pazarlama Sempozyumu, İstanbul.

DALRYMPLE; Douglas J.CRON, William L., (1995) , Sales Management (Concepts and Cases) , Fifth Edition, John Wiley & Sons Inc., USA.

DAVID A. Stumm, (1992) , Satış Yöneticisinin başarı Teknikleri, Amacom/rota Yayın Yapım T TanıtımTic.Ltd.Şti.

DAVID K. Tse, Kamhon Lee, ilan Vertinsky, and Donald A. Wehrung, (1998) , "Does Culture Matter? A CrossCultural Study of Executives; Choice, Decisiveness, and Risk Adjustment in Interneterional Marketing", Journal of Marketing, Vol.52, October, ss. 8195.

DENİŞİ, S.A.CAFFETERY, P.T.MEGLINO, B.M. (1984) , "A Cognitive View Of The Performance Appriasal Procces: A Model and Research Proposition", Organization Behavior, and Human Performance, Vol.33, ss. 360396.

DION, Paul A. and Debbie Easterling, Raj Javalgi (1997), "Women in the Business-to-Business Salesforce", Industrial Marketing Management, Vol:26.,ss:447-457.

DIORIO, Stephen G., (2002), BEYOND "e" 12 Ways Technology is Transforming Sales and Marketing Strategy, McGraw-Hill

DOYLE, John R. and Bottomley Paul A., (2004), "Font Appropriateness and Brand Choice", Journal of Business Research, Vol:57,ss.873-880

DUBINSKY, A.J., Yammarino, F.J., Jolson, M.A. ve Spangler, W.D. (1995), "Transformational Leadership: An Initial Investigation in Sales Management", Journal of Personal Selling and Sales Managers, spring 1995, pp.17-31.

DUBINSKY Alan J, Roy D. HOWEL, Thomas N. INGRAM, Danny N. BELLENGER, (1986) , "Salesforce Socialization", Journal of Marketing, April, Vol: 58.

DUNN, Albert H.JOHNSON, Eugene M., (1973) Managing The Salesforce, General Learning Press, New Jersey, USA.

EGEMEN, G. (1992) 19902000 Yıllarında Satış yönetimi, Çev. Magrath., A.J., Rema Matbaacılık San. ve Tic. A.Ş. İSTANBUL

EKE, A.E. (1988) , "Başarı Değerleme ve Kitler İçin Öngörülen yöntem", MPM. Yayınları,Verimlilik dergisi Sayı: 3

ERDOĞAN, İ. (1991), Personel Seçim ve Başarı Değerleme, Çev. French, W. Ss. 204. I.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No: 248 İSTANBUL

FIEDLER, F.E. (1967), A theory of Leadership Effectiveness, McGraw Hill.

FUTRELL, C. (1990), Fundemenatls Of Selling, R.R. Donnellery and Comparty, Third Edition

GELLERMAN, Saul W., (1990) , "The Tests Of A Good Salesperson", Harvard Business Review, MayJune, ss.6469.

GEYLAN, R. (1995) Personal Yönetimi, Anadolu Üniversitesi İktisat Fak.

ESKİŞEHİR

GOEBEL, Daniel J., Marshall, Greg W. And Locander William B., (2004), "An Organizational Communication-Based Model of Individual Customer Orientation of Nonmarketing Members of A Firm", Journal of Strategic Marketing, Vol:12, ss.29-56

GÜRDAL, Sehavet, (1990) , Satış Gücü Yönetimi, Yeni Asya Yayınları, İSTANBUL.
HOBSON, C.J. MENDEL, R.M.GIBSON, F.W. (1981), Clarifying Performance Appraisal Criteria, Academic Press Inc.

HASILOĞLU, Selçuk B., (1999), Elektronik Ticaret ve Stratejileri, Türkmen Kitapevi, istanbul

HOLZWARTH, Martin, Chris, Janiszewski, and Neumann, Marcus M., (2006), "The Influence of Avatars on Online Consumer Shopping Behavior", Journal of Marketing, Vol.70, ss.19-36

IND, Nicholas and Riondino Maria Chiara, (2001), "Branding on the Web: A real revolution?", Journal of Brand Management, Vol:9, ss.8-19

JACOBY, J.Caring, C.S. (1990) , Personel Selling, R.R.Donnely and Sons Company, Third Edition.

JAIN Subhash C., (1990) , International Marketing Management, Third Edition, PWSKENT Publishing Company, ss. 211215.

JAUCH, L.R.Glueck, W.F. (1988) , Business Policy and Strategic Management, McGrawHill Book Company.

JOHNSON, Eugene; M.KURTZ, David L.SCHEUING, Eberhard E., (1994) Sales Management (Concepts, Practices and Cases) , Second Edition, MCGrawHill Int. Editions, Printed in Singapore.

JOHNSON, Taner M. and Griffith David A., "Five Step to Online Success", Marketing Management

KAPLAN, D. (1996) , Satın Alma ve Satış Yönetimi, Çev. Gammon, J.S. ss. 169, Epsilon Yayıncılık HİZ. Tic. San. Ltd.Şrt., İSTANBUL

KARABULUT, M. (1982) , "Satışçılığın davranışsal Yönü", Pazarlama Dergisi, Yıl: 7, Sayı; 3,2331

KARABULUT, M. (1990) , Profesyonel Satışçılık, İ.Ü.İşletme Fakültesi, İSTANBUL

KARABULUT, M. (1995) , Profesyonel satışçılık ve Yönetimi, Oniversal Bilimsel Yayınları 4, İSTANBUL

KARAFAKIOĞLU, Mehmet, (1990) , Uluslararası Pazarlama Yönetimi, İ.Ü. İşletme Fak. Yayını, No:224, İSTANBUL.

KARAMIK, S.(1997), "Ne Kadar Haksızlık Yaptınız", Power Dergisi, Sayı:3, ss.67

KATAK, Şelale, (1999) , Sabah Gazetesi, 20 Mart.

KAYA, İsmail, (1997) , Byte Türkiye, Modem Dünyası Eki, Temmuz, ss.135139.

KISHOR, N, (1992) , "Compensatory and Noncompensatory Information Integration and Halo Error in Performance Rating Judgments", Journal Of Personnel Evaluation in Education, Vol. 5, ss. 257268

KOMIAK, Sherrie Y. X., Wang, Weiquan and Benbasat, Izak, (2005), "Trust Building in Virtual Salespersons Versus in Human Salesperson: Similarities and Differences", e-Service Journal, ss.49-63

KOTLER, Philip, (1997) , Marketing Management, Analysis,planning, Implementation, and Control, Prentice Hail Inc.tNinth Edition.

KOZLU, Cem, (1993) , Uluslararası Pazarlama, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, ANKARA.

KURTULUŞ,K. (1979) , Satış Bölgelerinin Belirlenmesi, İst. Üni. İ.Şi. Fak. Paz. Ens. Yayını No: 12

KURTULUŞ,K., (1977) , "Satış Tahminleri Konusunda Bazı Görüşler" Pazarlama Dergisi, Yıl:3, Sayı:2, ss. 1926.

LİMANLILAR Mehmet, (1992) , , Satış Teknikleri: Salesmanship; Principles and Problems Adlı Yapıtından Çeviri ve uyarlamalar, Pazarlama Dünyası, Yıl:6, Sayı:31.

LOWERY, C.M.PETTY, M.M.THOMPSON, J.W. (1996) , "Asesing the Merit Of Merit Pay: Employee Reactions To PerformanceBased Pay", The Journal Of The Human Resource Planning Society, Vol. 19, ss.2632.

MACKENZİE, S.BPODKASOFF, P.M.FETTER, R. (1991), "Organizational Citizenship Behavior and Objective Productivity as Determmants of Managarial Evaluations Of Salesperson's Performance", Organizational Behavior and Human Decision Proceuser, Vol. 50, ss. 123150.

MAIN Jeremy, (1985) , "How to Seli By Listening", Fortune, Şubat, ss.3638.

MANDINO, Og, (1997) , Dünyadaki En Büyük Satıcı, Çeviren: Ayşe Bilge Dicleli, Boyner Holding Yayınları, May, İSTANBUL.

MANNING, Gerald L. and Barry L. Reece (1999), Selling Today Building Quality Partnerships,Sixth editions, Prentice Hall International Editions.

MARKETING TÜRKİYE, (1999) , "Spin Yöntemiyle Satış Türkiye'de", Yıl: 8, 15 Nisan Sayı: 192, s.91.

MAYNARD, Micheal and Yan Tian, (2004), "Between Global and Glocal: Content Analysis of the Chinese Web Sites of the 100 Top Global Brands", Public Relations Review, Vol:30, ss.285-291.

MTCHELL, T.R.LIDEN, R.C. (1982) , "The Effect Of The Social Context On Performance Evaluations",Organizational Behavior and Performance, Vol, 29,ss.241256.

MUCUK, İsmet (1992) , Modern İşletmecilik, Der Yayınları, İstanbul. MUCUK, İsmet, (1997) Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

MUEHLING, Darrel D. ve William A. Weeks (1988), "Women's Perceptions of Personal Selling: Some Positive Results", Journal of Personel Selling & Sales Management,Vol:8,ss:11-20.

O'CONNELL, Bili, (1996) , "Sales Compensation", Compensation and Benefits Review, March/April Vol. 28, s. 41, USA.

O'CONNELL, Wiliam A.KEENAN, Wiliam Jr., (1990) , "Salesmanship", Sales and Marketing Management, USA, January.

O'SHAUGHNESSY, John, (1988) , Competitive Marketing (A Strategic Approach) , Third Edition, Academic Division of Unwin Hyman Ltd.

OKYAY, Engin, (1980) , "Satış Yarışmaları", Pazarlama Dergisi, Yıl:5, Sayı:2, ss.512.

OLUÇ, M. (1991) , "Satışçıların Devşirilmesi ve Seçimi" Pazarlama Dünyası, Yıl: 5, sayı:30,ss314

OLUÇ, Mehmet, (1992) , "Satışçıların Ödüllendirilmesi", Pazarlama Dünyası, Yıl:6, Sayı:32.

O'MALLEY, Lisa and Tynan Caroline, (2000), "Relationship Marketing in Consumer Markets", European Journal of Marketing, Vol:34, No:7, ss.797-815.

ÖZALP, İnan; İşletme Yönetimi ve Organizasyonu, Bayteş Yayıncılık A.Ş. P.A.ss.83, LÜ.İşletme Fak. Yay. No: 262, İSTANBUL

ÖZMEN, Şule, (2003), Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-Ticaret, İstanbul

Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı

PARKER, R. Stephen ve Charles E. Pettijohn (1994), "Male versus Female Salespeople: Perceptual Distinctions Contributing to Success and Failure in Sales", *Journal of Marketing Management*, Vol:4, Issue:1, ss:18-25.

PARS, Füsün ŞİVE, Ozan Çağım, (1996) , *Human Resources İnsan Kaynakları ve Yönetim Dergisi*, Yıl: 1, Aralık ,Sayı: 2.

PIERCY, Nigel F. ,David W. Cravens ve Nikala Lane (2003), "The New Gender Agenda in Sales Management", *Business Horizons*.ss:39-46.

PULLINS, Ellen Bolman, David A. Reid ve Richard E. Plank (2004), "Gender Issues: In Buyer-Seller Relationships: Does Gender Matter in Purchasing", *The Journal of Supply Chain Management*, Summer 2004, ss:40-48.

ROYER, Susanne, (2005), *Strategic Management and Online Selling Creating competitive advantage with intangible web goods*, Routledge Taylor & Francis Group, First edition

RUBINSTEIN, Helena and Griffiths Carol, (2001), "Branding Matters More On the Internet", *Journal of Brand Management*, Vol:8, pp.394-404

RUSS, F.A., McNeilly, K.M. ve Comer, J. (1996), "Leadership Decision Making and Performance of Sales Managers", *Journal of Personal Selling and Sales Managers*, summer 1966, pp.1-5.

RUSSELL, Frederich A, Frank H. Beach ve Richard H. Buskirk, (1988) , *Selling, Principles and practices*, McGraw Hill Inc.

SAPANCALI Faruk, (1994) , "Çalışanların GÜdülenmesinde Kullanılan Özendirici Araçlar", *Verimlilik Dergisi*, MPM Yayınları.

SAWYER, Ben, Greely, Dave ve Cataudella, Joe, (2000), *Web'de Mağaza Açmak*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1. Baskı

SCHLOSSER, Ann E, White, Tiffany Barnett and Lloyd, Susan M., (2006), "Converting Web Site Visitors into Buyers: How Web Site Investment Increases Consumer Trusting Beliefs and Online Purchase Intentions", *Journal of Marketing*, Vol.70,ss.133-148

SELLER, T.ALKıBAY, S. (1993) , "İş Değerlendirmesi ve Kit'lerde Sözleşmeli Personele İş Değerlendirmesi Uygulaması", *L.Ü.İİBF Dergisi*, Cilt: 11, ANKARA

SHAGIRO, Bensen P., Wyman John, (1981) , "New Ways To Reach Your Customers," *Harvard Business Review*, JulyAugust, ss. 103111.

SHAPIRO Cari & Hal R. Varion, (1998) , "Versioning: The Smart Way To Seli Information", *Harvard Business Review*, NovDec., ss. 106117.

SHAPIRO, Benson P.DOYLE, Stephan X., (1991) , "Make The Sales Task Clear" Motivation, *Harvard Business Review*, Boston.

SIZILAGY, A.D.WALLACE, M. J. (1980) , *Organizational Behaviour and Performance*, California, Goodyear Publishing Company,

STANTON, William J. Michael J. Etzel ve Bruce J. Walker, (1998) , *Fundamentals of Marketing*, Mcgraw Hill Inc..

STANTON, Williiam J.BUSKIRK, RichardSPIRO, Rosann, (1991) , *Management of A Sales Force*, Ninth Edition, Richard D. Invin Inc., USA.

STILL, RichardCUNDIFF, Edward W.GOVONİ, Norman A.P., (1988) , *Sales Management Decision, Strategies & Cases* , Fifith Edition, PrenticeHall Inc., USA.

ŞAHİNLER, D. (1993) , *Performans Değerlendirmeleri*, Çev. Palmer M.J., Reprosel Matbaa Hizmetleri, İSTANBUL

ŞIRELİ, A.F. (1978) , "Satışçıların Kontrolü", *Pazarlama Dergisi*, Yıl: 3, Sayı: 3,

ss. 21-27

TAKALA, Tuamo and Outi Uusitalo, (1996), "An Alternative View of Relationship Marketing: A Framework For Ethical Analysis", European Journal of Marketing, Vol:30, No:2, ss.45-60.

TAŞKIN, Erdoğan, (1991) , Satışçıların Yönetimi, ikinci Basım Der Yayınları, İstanbul.

TAŞKIN, Erdoğan, (1995) , Satış Yöneticilerine Öneriler, Yayım Matbaası, İstanbul.

TEK, Ömer (1999) , Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım, 8. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.

TEKİN, Mahmut ve Çiçek Ercan, (2005), "Değişim Yönetimi Sürecinde Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Önemi", Selçuk Üniversitesi İİBF Dergisi

TERPSTRA, V.Sarathy, R. (1990) ; International Marketing, The Dryden Press.

TORLAK, ö. (1995) , "Pazarlama Kontrolü ve Pazarlama Performansı", Pazarlama Dünyası Sayı: 53

TYAGI Pradeep K., (1985) , "Relative Importance of Key Job Dimensions and Leadership Behaviors in Motivating Salesperson Work Performance", Journal of Marketing, Summer, Vol: 49.

UYARGİL, C. (1993) , "İşletmelerde Performans Değerleme Çalışmalarında Karşılaşılan Başlıca Sorunlar", Araştırma, İ.Ü.İşletme Fak., İSTANBUL

UYARGİL, C. (1994) , İşletmelerde Performans Yönetimi Sistemi, İ.Ü. İşl.Fak., yayın No: 262, İSTANBUL

WALKER, L. Jean Harrison and Neeley Sue E., (2004), "Customer Relationship Building On The İnternet in Marketing: A Proposed Typology, Journal of Marketing Theory and Practice, Winter 2004

WANG, Liz C., Baker, Julie, Wagner, Judy A. and Wakefield, Kirk, (2007), "Can a Retail Web Site Be Social", Journal of Marketing, Vol. 71, July, 143-157

WEITZ Bart, Steve Castleberry, Jeff (1998) , Selling, Building Partnership, Third Edition, McGraw Hill Inc.

WERTHER, William B.DAVIS, Keith, (1985) , Personnel Management and Human Resources, Second Edition, McGrawHill Book Company, USA.

WOEHR, DJ.ROCH, S.G. (1996) , "Context Effect in Performance Evaluation: The Impact Of Ratce Sex and Performance Level On Performance Ratings and Behavioral recall", Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol.66 No.1, ss. Si41

ZHANG, Xiaoni, Prybutok, Victor R. and Strutton, David, (2007), "Modeling Influences on Impulse Purchasing Behaviors During Online Marketing Transactions", Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 15, No. 1, Winter, ss. 79-89

http://web.inonu.edu.tr/~myigiter/internet_teknolojileri/tsld004.htm (Ziyaret Tarihi 7/12/2007)

www.tuik.gov.tr (Ziyaret Tarihi 7/12/2007)

www.hurriyet.com.tr/ekonomi/7983027.asp?gid=196&sz=12056 (Ziyaret tarihi 8/01/2008)

<http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=19884> Bülent Hiçsönmez, 2007 Google Türkiye için heyecan vericiydi (ziyaret tarihi 20/01/2008)