

# BÖLÜM 1

## HİZMET PAZARLAMASINDA GÜNCEL YAKLAŞIMLAR

*Murat İsmet HASEKİ<sup>1</sup>*

### **Giriş**

Hızla küreselleşen ve sınırların adeta kalktığı dünyamızda teknolojik gelişmelerin de tüm sektörleri etkilemesiyle insanlar daha fazla ve çeşitlilikte hizmet beklentisine girmektedirler. Ürün ve hizmetin birbiriyle adeta entegre şekilde kendini pazarda göstermesiyle hizmetin önemi artmıştır. Ekonomilerin gelişmesiyle refah düzeyi artmakta ve ekonomileri oluşturan sektörler içerisinde her geçen gün hizmet sektörünün payı da artış göstermektedir. İnsanların üretilen mal kadar, üretilen malın sunulması ve servis edilmesine olan ilgisi hem artmış hem de çeşitlilik göstermiştir. Günümüzde insanlar arasındaki etkileşimin de muazzam düzeyde artmasıyla tüketicilerin tatmin düzeyi yükselmiştir. Tüketiciler her geçen gün daha bilinçli hale gelmiş ve taleplerini daha hızlı ve net şekilde işletmelere iletmeye başlamıştır. Tüketicilerin bu taleplerini aynı hızla karşılamaya çalışan işletmeler hizmet performanslarını en üst düzeye çıkarma gayretindedir. Teknolojiyi iyi kullanan aynı faaliyet alanında üretim yapan işletmelerin ürettiği ürünlerin kalitesi de birbirine yakın seviyededir. Rekabet ortamında ayakta kalabilmek için farklılık yaratacakları alan hizmet alanıdır. Tüketicilere hizmeti iyi kavrayan, hizmet pazarlamasının önemini pazarda tüketiciye gösterebilen işletmeler acımasız rekabet ortamında avantaj sağlayacaktır. Rekabetin üretimden her geçen gün hizmete doğru yönelmesi sonucu boyut değiştirmesiyle hizmet alanında yapılacak çalışmalar zorunluluk halini almıştır. Günümüzde hız ve paylaşım ile etkileşimin artması ve çeşitlilik göstermesine işletmeler hizmet alanında da kayıtsız kalamaz. Hizmete gereken

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi Kozan İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, eposta: mhaseki@cu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1461-7285.

temelinde tüketicinin hızla ve bilinmeyen nedenlerle değişen tercihleri vardır. İnovasyonun temel unsuru olan yaratıcılık ve dinamiklik bu noktada devreye girer. İşletmeler tarafından hizmet gibi hatanın tolere edilmesi nerdeyse imkansız olan alanda yenilikçi ve sürdürülebilir performans çok önemlidir. İnovasyon, müşteri değeri oluşturabilmek için pazarlama sistemi içinde, süreçlere ve hizmetlere organize bir şekilde odaklanılan çok boyutlu bir yaklaşımdır (Ernst ve ark., 2011: 290-298).

#### 4.4. Hizmet Pazarlaması ve Müşteri Odaklılık

Günümüzde hizmet pazarlamasında, işletmeler bilgi teknolojileri sayesinde her bir müşteriyi birebir ulaşma şansı bulmuştur. Böylece onların istek ve ihtiyaçlarına göre, onlara özel hizmet tasarlayabilmektedir. Hizmet sektöründe rekabette ayakta kalabilmek için müşteri odaklı bir anlayışla bilişim teknolojisine sahip olmak zorunluluktur (Kırım, 2001). Tüketiciyi anlayan, onlarla sağlıklı iletişim kuran, üzerlerinde sürdürülebilir bir etkileşim gücü olan ve onları yönlendirerek mutlu eden işletmeler, hizmetlerinde daha sadık müşteriye sahip olur. Sistem, koordinasyon ve sosyalleşme yeteneğine sahip olan bir işletme, doğal olarak bilgiyi bütünleştirme yeteneğine de sahip olacaktır (De Boer ve ark., 1999). Böylece, kendine bağlı sadık müşteri kitlesi oluşacaktır.

### KAYNAKÇA

- Akkaya Y, Akçalı K. Spor pazarlamasında tutundurma karması elemanlarının kullanımının incelenmesi. *International Journal of Sport Culture and Science*. 2016; 4(2): 522-532.
- Alabay N. Geleneksel pazarlamadan yeni pazarlama yaklaşımlarına geçiş süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 2010; 15(2): 213-235.
- Aydın K. Hizmet işletmelerinde SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesinin ölçümü ve Kocaeli'ndeki seyahat işletmelerinden Efe Tur uygulaması. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*. 2002; 50: 1101-1130.
- Aytek B. *İşletme yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları, Erk Matbaası; 1983.
- Bateson JEG, Hoffman KD. *Marketing usluga*. Beograd: SP Print; 2012.
- Bayat M, Baydaş A, Cahit A. Hizmet sektörünün kavramsal tanımı ve ulusal ekonomilerdeki önemi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2015; 5(9): 59-88.
- Binbay M. *Otel işletmeleri ve pazarlama stratejileri*. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş; 2007.
- Bitner MJ. Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employee. *Journal of Marketing*. 1992; 56(2): 57-71. doi: <https://doi.org/10.2307/1252042>.
- Bozpolat C. Pazarlama ve sosyoloji: İşletme ve toplum ilişkisi. Ünsalan M (ed.), *Hizmet pazarlamasına sosyolojik bir bakış* içinde. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım; 2019, p. 253-284.

- Brassington F, Pettitt S. *Principles of marketing*. 3rd ed. London: Pearson Education; 2003.
- Bulut E. *Pazarlama iletişiminde yeni yaklaşımlar kapsamında sosyal medya uygulamaları ve etkili kampanya örnekleri*. Doktora Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul; 2012.
- Cemalcılar İ. Hizmetlerin pazarlaması. *Pazarlama Dergisi*. 1979;4(2): 3-7.
- Cemalcılar İ. *Pazarlama yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları; 2000.
- Cowell DW. *The marketing of services*. London: Butterworth-Heinemann Inc.; 1991.
- Çabuk S, Yağcı Mİ. *Pazarlamaya çağdaş yaklaşım*. Ankara: Nobel Kitabevi; 2003.
- Çatı K, Baydaş A. *Hizmet pazarlaması ve hizmet kalitesi*. Ankara: Asil Yayınları; 2008.
- De Boer M, Van den Bosch FAJ, Volberda HW. Managing organizational knowledge integration in the emerging multimedia complex. *Journal of Management Studies*. 1999; 36(3): 379-398. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/1467-6486.00141>.
- Diñçer Ö, Fidan Y. *İşletme yönetimine giriş*. 3. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım; 1997.
- Doorn JV, Verhoef PC. Critical incidents and the impact of satisfaction on customer share. *Journal of Marketing*. 2008; 72(4): 123-142. doi: <https://doi.org/10.1509/jmkg.72.4.123>.
- Ekmekçi R, Ekmekçi AY. Sport marketing. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*. 2010; 1(1): 23-30.
- Enis BM. *Marketing principles: The management process*. 2nd ed. US: Good-Year Publishing Company; 1977.
- Erkut H. *Süreçlerle yönetim*. İstanbul: Anadolu Yıldızı Eğitim Merkezi; 1998.
- Ernst H, Hoyer WD, Krafft M, et al. Customer relationship management and company performance-the mediating role of new product performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2011; 39(2): 290-306. doi: 10.1007/s11747-010-0194-5.
- Ferman M. Klasik pazarlama teorisinin yerleşik bileşenler (4P) modeline bir eleştiri. *İ. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1994;8: 5-8.
- Fulmer RF. *The new marketing*. New York: MacMillan Publishing Co. Inc.; 1976.
- Gilmore A. *Services, marketing and management*. UK: SAGE Publications Ltd.; 2003. doi: <https://doi.org/10.4135/9781446215203>.
- Grönroos C. A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*. 1984; 6(3): 36-44. doi: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>.
- Grönroos C. *Service management and marketing: Managing the moments of truth in service competition*. Lexington: Lexington Books; 1990.
- Gülçubuk A. Tüketicilere yönelik satış geliştirmenin artan önemi, uygulanabilirliği ve izlenecek stratejilerin işletmeler açısından değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*. 2007; 7(1): 57-77.
- Gündoğan N. Hizmetler sektöründe istihdam. *Kamu-İş*. 2002; 7(1): 1-16.
- Heavin C, Power DJ. Challenges for digital transformation-towards a conceptual decision support guide for managers. *Journal of Decision Systems*. 2018; 27(1): 38-45.
- Hoffman KD, Bateson JE. *Essentials of services marketing*. USA: The Dryden Press; 1997.
- Hoffman KD, Bateson JE. *Services marketing: Concepts, strategies & cases*. 3rd ed. Mason, OH: Thomson/South-Western; 2006.
- Ingle S, Ingle N. Quality circle in service industries: Comprehensive guidelines for increased productivity and efficiency. New Jersey: Prentice-Hall; 1983.

- İçöz O. *Hizmet pazarlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi; 2005.
- İnan H. *Hizmet pazarlaması*. Adada: Nobel Kitabevi; 2010.
- Karahan K. *Hizmet pazarlaması ve temizlik hizmet sektöründe bir araştırma*. Kayseri: Kayseri Sanayi Odası Yayınları; 1995.
- Karahan K. *Hizmet pazarlaması*. 1. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları; 2000.
- Karahan K. *Hizmet pazarlaması*. 2. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları; 2006.
- Kırım A. *Strateji ve bire-bir pazarlama CRM*. İstanbul: Sistem Yayıncılık; 2001.
- Koç E. *Hizmet pazarlaması ve yönetimi*. 3. basım. Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.; 2018.
- Kotler P, Armstrong G. *Principles of marketing*. 10th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River; 2004.
- Kotler P. *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall College Inc.; 1999.
- Kozak N, Özel ÇH, Karagöz Yüncü D. *Hizmet pazarlaması*. 2. baskı. Ankara: Detay Yayıncılık; 2014.
- Kurtz DL, Clow KE. *Services marketing*. New York: John Wiley & Sons; 1998.
- Lovelock C, Gummesson E. Whither services marketing?: In Search of a new paradigm and fresh perspectives. *Journal of Service Research*. 2004; 7(1): 20-41. doi: <https://doi.org/10.1177/1094670504266131>
- Lovelock HC. *Service marketing: Text, cases & readings*. New Jersey: Englewood Cliffs, Printice-Hall; 1984.
- Marangoz M, Erboy N. Pazarlamada paradigma değişimi: Girişimci pazarlama. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 2013; 2(1): 67-91.
- Midilli Ö. *Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin pazarlamaya etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü, İstanbul; 2011.
- Mucuk İ. *Pazarlama ilkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi; 2004.
- Mudie P, Pirrie A. *Services marketing management*. 3rd ed. Oxford: Elsevier; 2006.
- Murdick R, Render B, Russel, RS. *Service operations management*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc; 1990.
- Nişanyan S. *Sözlerin soyağacı: Çağdaş Türkçenin etimolojik sözlüğü*. 5. basım. İstanbul: Everest Yayınları; 2010.
- Okyay E. *Yeni mamül kararları ve Türkiye'deki uygulama*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, Sermet Matbaası; 1975.
- Oluç M. *Temel pazarlama kavramları*. İstanbul: Beta; 2006.
- Öndoğan EN. Restoran pazarlamasında kullanılan temel pazarlama karma elemanları "P". *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*. 2010; 1(1): 1-25.
- Özdipçiner NS. Turizmde elektronik pazarlama. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*. 2010; 1(1): 5-22. doi: <https://doi.org/10.5505/iuyd.2010.66376>.
- Özgül E. Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 2010; 28(2): 117-150.
- Öztürk AS. *Hizmet pazarlaması*. 12. baskı. Bursa: Ekin Yayınevi; 2012.
- Öztürk AS. *Hizmet pazarlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları; 1998.
- Öztürk SA. *Hizmet pazarlaması*. 2. baskı. Eskişehir: Birlik Ofset Yayınları; 2000.

- Payne A, Frow P. A strategic framework for customer relationship management. *Journal of Marketing*. 2005; 69(4): 167-176. doi: <http://dx.doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.167>.
- Pieters R, Botschen G. Special issue on service marketing and management: European contributions. *Journal of Business Research*. 1999; 44(1): 1-4.
- Priluck R. Relationship marketing can mitigate product and service failures. *Journal of Services Marketing*. 2003; 17(1): 37-52. doi: <https://doi.org/10.1108/08876040310461264>.
- Rafiq M, Ahmed PK. Using the 7Ps as a generic marketing mix: An exploratory survey of UK and European marketing academics. *Marketing Intelligence & Planning*. 1995; 13(9): 4-15. doi: <https://doi.org/10.1108/02634509510097793>.
- Rao KRM. *Service marketing*. India: Pearson Education; 2004.
- Rızaoğlu B. *Turizm ve toplumsallaşma*. 1. basım. Ankara: Detay Yayıncılık; 2004.
- Sayım F, Aydın V. Hizmet sektörü özellikleri ve sistematik olmayan risklerin sektör menkul kıymetleri ile etkileşimine dair teorik bir çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2015; 29: 245-262.
- Selek İ. *Süreç Yönetiminin başarısında ekip çalışmasının etkisi ve Funika Tekstil A.Ş.'de bir uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir; 2006.
- Tağıyev R. *Elektronik ticaret ve internet üzerinden pazarlama*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara; 2005.
- Tek ÖB. *Pazarlama ilkeleri: Global yönetsel yaklaşım Türkiye uygulamaları*. 8. baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım; 1999.
- Tengilimoğlu D. Sağlık hizmetlerinde pazarlama karması elemanları ve özellikleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 2000; 55(1): 187-202.
- Üner M. Hizmet pazarlamasında pazarlama karması elemanları değişiklik gösterir mi? *Pazarlama Dünyası Dergisi*. 1994; 8(43): 27-34.
- Verma HV. *Service marketing: Text and cases*. India: Pearson Education; 2007.
- Yıldırım AE. *Hizmet pazarlamasında kalite algılaması: Malatya park AVM örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Malatya; 2014.
- Yıldırım Mızrak, N. Uluslararası hizmet ticaretinin gelişmesinde internet ile elektronik ticaretin rolü ve Türkiye. Yıldırım Mızrak N (ed.), *Dünya Ekonomisinde bütünleşme hareketleri ve Türkiye içinde*. Ankara: Siyasal Yayınevi; 2004.
- Yılmaz ES, Erdem A. Dijital platform üyeliklerinin devamlılığına etki eden faktörler: Netflix örneği. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*. 2022; 7(17): 47-67. doi: <https://doi.org/10.25204/iktisad.970186>.
- Yükselen C. *Pazarlama: İlkeler-yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık; 2003.
- Zeithaml VA, Berry LL, Parasuraman A. The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*. 1996; 60: 31-46.
- Zeithaml VA, Bitner JM. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. 1st ed. New York: McGraw-Hill; 1996.
- Zeithaml VA, Bitner JM. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. 3rd ed. New York: Mc Graw Hill; 2003.