

**YAZAR ADI-SOYADI: Güliz ÇILDAĞ**

**BAŞLIK: Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Sigortacılık Sektöründe Bir Uygulama**

## **ÖZET**

Küreselleşme akımı, bilgi teknolojilerinin gelişimi, rekabetin artması, müşteri profilinin değişmesi ve internetin yaşamımıza girmesi gibi yaşanan hızlı değişimler günümüzde işletmeleri pazarlama anlayışlarında da köklü değişimler yapmaya zorlamaktadır. Bu gelişmeler doğrultusunda işletmelerin, varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için müşterileriyle bire bir ilişkiye dayalı bir pazarlama anlayışı benimseyerek müşteri ilişkileri yaklaşımlarını geliştirmeleri ve müşteri odaklı bir yönetim anlayışına sahip olmaları gerekmektedir. Bu noktada en büyük yardımcı Müşteri İlişkileri Yönetimi olmaktadır. Çünkü Müşteri İlişkileri Yönetimi, müşteri sadakatini ve memnuniyetini artırmak amacıyla müşterilerle sürekli ilişki içinde olmayı gerektiren müşteri odaklı bir pazarlama stratejisidir. Bu yaklaşıma göre işletmeler, müşterileriyle gerçek zamanlı diyaloglar geliştirebilmekte, müşterilerinin ihtiyaçlarını ve isteklerini belirleyip ona göre çözümler üretebilmekte ve müşteri memnuniyetinin ötesine geçerek müşterilerine benzersiz değerler sunabilmektedir.

Bu çalışmada, yeni pazarlama anlayışı ile birlikte ortaya çıkan Müşteri İlişkileri Yönetimi kavramı ve sigortacılık sektöründe bu yaklaşımın önemi ve getirilerinden bahsedilmiş ve Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta işletmelerinin İzmir’de bulunan Bölge Müdürlükleri üzerinde bir alan çalışması uygulanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket çalışması yöntemi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen anket çalışmasının sonuçlarına dayanarak sigorta işletmelerinin Müşteri İlişkileri Yönetimi’ne ilişkin algıladıkları temel boyutlar belirlenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Müşteri, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Sigorta, Sigorta İşletmeleri