

Kişisel Satışta Sosyal Sermayenin Müşteri İlişkilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma (The Effects of Social Capital on Customer Relations in Personal (Direct) Sales)

Zafer EROL ^a Yasin BOYLU ^b

^a Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Bölümü, Ankara, Türkiye. zafer_erol@hotmail.com.tr

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Ankara, Türkiye. yasin.boylu@hbv.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Kişisel Satış Sosyal Sermaye Müşteri İlişkileri Gönderilme Tarihi Revizyon Tarihi Kabul Tarihi Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Amaç – Bu çalışmada kişisel satış alanında sosyal sermayenin müşteri ilişkileri üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin tespit edilmesi ve sosyal sermayenin kişisel satış yoluyla pazarlama faaliyeti yürüten işletmeler için ne düzeyde etkili olabildiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Yöntem – Kişisel satışta sosyal sermayenin müşteri ilişkilerine etkileri üzerine olan bu çalışmada, çalışanın sahip olduğu birçok özelliğın yanında sosyal sermayesinin işletmenin başarısında ve dolayısı ile kişinin başarısında önemli düzeyde etkili olduğuna yönelik tespitler yapılmıştır. Bu araştırmanın amacı doğrultusunda Türkiye’de madeni yağ sektöründe faaliyet gösteren firmalarda çalışan satış yetkilileri ile mülakat yapılmıştır. Bulgular – Mülakatlarda araştırmacıların sahip oldukları sosyal sermayelerinin satış faaliyeti sırasındaki müşteri ilişkilerine önemli etkileri olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular, satış yetkililerinin sosyal sermayelerinin hem müşteri ilişkileri üzerinde pozitif etkileri olduğuna hem de sosyal sermaye düzeylerine göre müşteri davranışlarının farklılaşığına işaret etmektedir. Sosyal sermaye düzeyi yükseldikçe hem ticari hem de sosyal faydanın arttığı görülmektedir. Tartışma – Araştırmanın çıktıları, katılımcıların sahip oldukları sosyal sermayelerini müşteriler ile ilk temas kurulması noktasında kullandıklarının tespiti, sosyal sermaye düzeylerinin rekabette fark yarattığı ve sosyal sermaye düzeyi yüksek olan satış yetkililerinin daha başarılı olduğuna işaret etmektedir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Personel (Direct) Sales Social Capital Customer Relations Received Revised Accepted Article Classification: Research Article	Purpose – In this study, it is aimed to determine the positive and negative effects of social capital on customer relations in the field of personal sales and to determine the extent to which social capital can be effective for the companies that carry out marketing activities through personal sales and to provide a reference resource for the enterprises. Design/methodology/approach – In this study on the effects of social capital on customer relations in personal sales, it has been determined that social capital has a significant effect on the success of the company and therefore on the success of the person, along with many other features of the employee. For the purpose of this research the interviews are conducted with sales representatives working in companies operating in the mineral oil industry in Turkey. Findings – During the interviews, it was determined that the social capital of the researchers had significant effects on the customer relations during the sales activity. As a result of the findings, it is seen that the social capital of the sales authorities has an effect on the customer relations and the customer behaviors differ according to the social capital levels. As the level of social capital increased, both commercial and social benefits increased. Discussion – The most important outputs of the research are that the participants use their social capital in the first contact with customers, that the social capital levels make a difference in competition and the sales authorities with high social capital level are more successful.

, Ankara.

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Erol, Z., Boylu, Y. (2019) Kişisel Satışta Sosyal Sermayenin Müşteri İlişkilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 3204-3220.