# HİZMET İŞLETMELERİNDE MÜŞTERİ DENEYİMİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL BİR İNCELEME

**Dr. Öğr. Üyesi Azize ŞAHİN**
İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, e-posta: azize.sahin@istanbul.edu.tr,
**Orcid No:** 0000-0002-3115-6812

**ÖZET**
Günümüz tüketicileri her geçen gün sayı ve çeşitliliği artan marka veya ürün ve hizmet seçenekleri ile karşı karşıya kalarak deneyimlerinin yönlendirdiği ve şekillendirdiği bir karar alma süreci yaşamaktadırlar. Bu bağlamda hizmet satın alma kararlarında deneyim olgusu hem işletmeler için hem de tüketiciler için önemli bir farklılaştırıcı olgu niteliği kazanmıştır. Çünkü çok sayıda ve çeşitlilikte seçeneklerle karşı karşıya kalan tüketici kendi duygu, düşünce e hislerine göre zihninde şekillenen deneyimlerine göre hareket etmektedir. Pazarlama uygulamalarında ve akademik dünyada gelişen teknoloji ve rekabetin artmasıyla hizmet ve müşteri deneyimi kavramları büyük önem kazanmıştır. Bu nedenle işletmeler hizmet sunumunda yüksek kaliteyi hedeflerken aynı zamanda zengin, kapsamlı ve tatmin edici düzeyde müşteri deneyimleri yaşatmayı önemsemektedirler. Böylece müşteri memnuniyeti sağlayarak müşteri sadakatini yükseltme amacına ulaşmak yoluyla karlılıklarını yükseltmektedirler. Bu doğrultuda, bu çalışmada hizmet ve müşteri deneyim kavramları incelenmektedir. Bu kavramlar etrafında ilgili kavramsal açıklamalar ortaya koyulmaktadır.
**Anahtar Kelimeler;** Hizmet, müşteri deneyimi, deneyimsel pazarlama

# A CONCEPTUAL EXAMINATION OF CUSTOMER EXPERIENCE IN SERVICE MARKETING

## ABSTRACT

Today's consumers are faced with increasing number and variety of brand or product and service options, and they experience a decision-making process guided and shaped by their experiences. In this context, the experience of service purchasing decisions has become an important differentiator for both businesses and consumers. Because the consumer, who is faced with a large number and variety of options, acts according to the experiences shaped in his mind according to his own feelings, thoughts and feelings. The concepts of service and customer experience have gained great importance with the increasing technology and competition in marketing practices and the academic world. For this reason, while businesses aim for high and satisfying customer experiences. Thus, they increase their profitability by achieving the aim of increasing customer loyalty by providing customer satisfaction. In this direction, the concepts of service and customer experience are examined in this study. Related conceptual explanations are presented around these concepts.

**Keywords;** Service, customer experience, experiential marketing