



## Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2019, 2(2):91-103.

DOI: 10.26677/TR1010.2019.97

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası:

<https://www.sobibder.org>



### KAVRAMSAL MAKALE

## Müşteri İlişkileri Yönetiminin Evrimi: İnsanlar, Süreç ve Teknoloji

Dr. Sinem KUNT, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Çankırı, e-posta: [sinemkunt@karatekin.edu.tr](mailto:sinemkunt@karatekin.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5342-4734>

Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: [azize.hassan@hbv.edu.tr](mailto:azize.hassan@hbv.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2509-1415>

### Öz

Bu çalışmanın amacı müşteri ilişkileri yönetiminin evrimini insan, süreç ve teknoloji faktörlerini inceleyerek ortaya koymaktır. Dünyada değişimlerin hızlı yaşanmasına bağlı olarak müşteri ilişkileri yönetimi anlayışında da değişimlerin ortaya çıktığı gözlenmektedir. Bu bağlamda müşteri ilişkileri anlayışında gözlenen değişimleri ve gelişmeleri insan, süreç ve teknoloji faktörlerini dikkate alarak incelemek önem taşımaktadır. Araştırma literatür taramasına dayanarak oluşturulmuş ve öneriler sunularak zenginleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre teknoloji alanındaki ilerlemeler, müşterilerin satın alma davranış kalıplarının değişmesi, rekabetin artması, tehdit ve fırsatları önceden tahmin ederek onları ortadan kaldırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesi gibi faktörler neticesinde müşteri ilişkileri yönetimi işletmeler için tekrar önem kazanmıştır. Bu noktada araştırmada, müşteri ilişkileri yönetimi konusu ayrıntılı bir şekilde ele alınmış ve elde edilen bulgular doğrultusunda müşteri ilişkileri yönetimine dair önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Pazarlama, İlişkisel Pazarlama, Müşteri İlişkileri Yönetimi.

**Makale Gönderme Tarihi:** 09.03.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 13.04.2019

### Önerilen Atıf:

Kunt, S. ve Hassan, A. (2019). Müşteri İlişkileri Yönetiminin Evrimi: İnsanlar, Süreç ve Teknoloji, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(2):91-103.

© 2019 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



## Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2019, 2(2):91-103. DOI: [10.29226/TR1001.2019.x](https://doi.org/10.29226/TR1001.2019.x)  
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



### CONCEPTUAL PAPER

## The Evolution of Customer Relationship Management (CRM): People, Process and Technology

Dr. Sinem KUNT, Çankırı Karatekin University, School of Ilgaz Tourism and Hotel Management, Çankırı, e-mail: [sinemkunt@karatekin.edu.tr](mailto:sinemkunt@karatekin.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5342-4734>

Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: [azize.hassan@hbv.edu.tr](mailto:azize.hassan@hbv.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2509-1415>

### **Abstract**

The purpose of this study is to examine the evolution of customer relationship management by examining people, process and technology factors. It is observed that changes in the understanding of customer relationship management have emerged due to the rapid changes in the world. In this context, it is important to examine the changes and developments observed in the understanding of customer relations, taking into account the factors of people, process and technology. The research was based on literature review and the proposals were presented and enriched. According to the findings, the progress in technology has made customer relationship management re-importance for businesses as a result of factors such as customers' changing behavior patterns, increasing competition and need of developing proactive strategies. At this point, proposals have been made for the successful management of customer relationships in the research.

**Keywords:** Marketing, Relationship Marketing, Customer Relations Management.

**Received:** 09.03.2019

**Accepted:** 13.04.2019

---

### **Suggested Citation:**

Kunt, S. and Hassan, A. (2019). The Evolution of Customer Relationship Management (CRM): People, Process and Technology, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 2(2):91-103.

© 2019 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.