



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 920-930.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.219](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.219)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Seyahat Acenteleri Tarafından Yurtiçi Paket Turlarda Uygulanan Satış Teknikleri Üzerine Bir Araştırma, İstanbul İli Örneği

Öğretim Görevlisi Emrullah CANSU, Kapadokya Üniversitesi, Turist Rehberliği Programı, Nevşehir,
e-posta: emrullahcansu58@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9194-348X>

Uğur BAHADIR, Yüksek Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, SBE, Kastamonu, e-posta:
ugurbahadir44@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2886-4276>

Öz

Kar amacı güderek turistlere konaklama, ulaştırma, gezi, spor, eğlence vb. hizmetleri sağlayan, turizmle ilgili bilgilendirmeler yapan, aynı zamanda kendi veya diğer firmaların hizmetlerini pazarlayan ticari kuruluşlar seyahat acentesi olarak adlandırılır. Seyahat acenteleri paket tur gibi birçok ürün ve hizmeti tüketiciye sunmaktadır. Paket turlar ulaştırma, konaklama gibi hizmetleri içinde barındıran, bütün imkanların dahil olduğu tek bir fiyatla satılan, en az 1 gece konaklama içeren sözleşmelerdir. Paket turlar seyahat acentelerinin en önemli gelir kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, bu turların satışında etkili tekniklerin kullanılması, bu gelirlerin artırılması açısından önemlidir. Bu doğrultuda, seyahat acentelerinde paket turların satışında uygulanan tekniklerin ortaya çıkarılması, bu konuda yaşanan sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin bulunması, akabinde de paket tur satışlarında uygulanabilecek yeni tekniklerin geliştirilmesine yönelik bir projeksiyon sunulması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada nitel veri toplama araçlarından olan görüşme ve gözlem teknikleri birlikte kullanılmıştır. Sonuç olarak, müşterilere güven duygusunu ön plana çıkarmak için çeşitli fırsat ve kampanyalara başvurulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, farklı yerleri gösterme fırsatı sunulan turlarda daha fazla katılımcı sağladığı da tespit edilen sonuçlar arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Seyahat Acentesi, Paket Tur.

Makale Gönderme Tarihi: 20.06.2019

Makale Kabul Tarihi: 04.10.2019

Önerilen Atıf:

Cansu, E. ve Bahadır, U. (2019). Seyahat Acenteleri Tarafından Yurtiçi Paket Turlarda Uygulanan Satış Teknikleri Üzerine Bir Araştırma, İstanbul İli Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 920-930.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**A Research on Sales Techniques Applied by Travel Agencies in Domestic Package Tours,
The Sample of İstanbul**

Lecturer Emrullah CANSU, Kapadokya University, Tourist Guidance Program, Nevşehir, e-mail:
emrullahcansu58@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9194-348X>

Uğur BAHADIR, MSc., Kastamonu University, Social Sciences Institute, Kastamonu, e-mail:
ugurbahadir44@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2886-4276>

Abstract

For the purpose of profit, commercial organizations that provide tourist accommodation services, transportation, sightseeing, sports, entertainment etc. services, tourism information services, and at the same time marketing services of their own or other companies are called travel agencies. Travel agencies offer many products and services such as package tours to the consumer. Package tours are contracts that include services such as transportation, accommodation and are sold at a single price that includes all facilities, with at least 1-night accommodation. Package tours are considered one of the most important sources of income for travel agencies. For this reason, the use of effective techniques in the sale of these tours is important in terms of increasing these incomes. In this direction, it is the purpose of this work to reveal the techniques applied in the sales of package tours in travel agencies, to identify the problems experienced in this issue and to find solutions, and then to present a projection for the development of new techniques that can be applied in package tour sales. Interviewing and observation techniques, which are qualitative data collection methods, were used in the study. As a result, it has been determined that various opportunities and campaigns have been applied to put the trust in the customers at the forefront. In addition, it was found that it provided more participants in the tours where the opportunity to show different places.

Keywords: Tourism, Travel Agency, Package Tour.

Received: 20.06.2019

Accepted: 04.10.2019

Suggested Citation:

Cansu, E. and Bahadır, U. (2019). A Research on Sales Techniques Applied by Travel Agencies in Domestic Package Tours, The Sample of İstanbul, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 920-930.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.