



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 1421-1432.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.250](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.250)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Havayolu İşletmeleri Sadakat Programlarının Değerlendirilmesi

Ezgi SAYMAN, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Denizli, e-posta: ezgi.sayman@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5410-9915>

Dr. Murat BAYRAM, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Denizli, e-posta: mbayram@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2774-7513>

Öz

2000'li yıllardan sonra hava taşımacılığı hızlı ve kolay ulaşım hizmeti sunarak önemli bir büyüme trendi yakalamıştır. İşletmelerde ortaya çıkan rekabet sonucunda işletme için müşterilerini elde tutmak önemli bir durum haline gelmiştir. Bu nedenle müşterilere ve aynı zamanda işletme için de fayda sağlayan sadakat programları değerlidir. Bu kapsamda çalışmada, 2019 yılının en iyi on havayolu işletmelerinin müşterilerine sunmuş oldukları sadakat programlarının içerikleri incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada ikincil veri türlerinden yararlanılarak içerik analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre sadakat yaratmada farklılık oluşturan uygulamalar; evcil hayvan ile seyahat imkânının sonucunda puan kazanma, dil okullarında puan kazanıp kullanma ve sağlıkta çocukları mutlu etmek adına kazanılan milleri değerlendirme imkânının sunulmasıdır. Ayrıca en sık kullanılan sadakat programı uygulamalarında klasik biçimde kazanılan puan ve milleri bir sonraki uçuşta kullanmak yerine ayrıca farklı işletmelerde de kullanılmasına fırsat vermeleri olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sadakat Programları, Sadakat Pazarlaması, Havayolu İşletmeleri

Makale Gönderme Tarihi: 16.06.2019

Makale Kabul Tarihi: 02.10.2019

Önerilen Atıf:

Sayman, E. ve Bayram, M. (2019). Havayolu İşletmeleri Sadakat Programlarının Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1421-1432.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Evaluation of Airline Loyalty Programs

Ezgi SAYMAN, Pamukkale University, Social Sciences Institute, Denizli, e-mail: ezgi.sayman@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5410-9915>

Dr. Murat BAYRAM, Pamukkale University, Faculty of Tourism, Denizli, e-mail: mbayram@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2774-7513>

Abstract

After the 2000s, air transportation has achieved a significant growth trend by providing fast and easy transportation services. As a result of the competition that emerged in the enterprises, keeping the customers for the enterprise has taken an important position. Therefore, loyalty programs that benefit both customers and businesses are valuable. In this context, the contents of the loyalty programs offered to the customers of the top ten airline companies of 2019 were examined. Qualitative research methods were used in the study and content analysis was conducted by using secondary data types. According to the findings of this research, practices that create difference in loyalty; earning points with travelling pets, using points in language schools, and supporting child health institutions with earning points. In addition, according to the results of the research, the most commonly used loyalty program applications give opportunity to earned points and miles can be used in different businesses instead of using the next flight.

Keywords: Loyalty Programs, Loyalty Marketing, Airlines.

Received: 16.06.2019

Accepted: 02.10.2019

Suggested Citation:

Sayman, E. and Bayram, M. (2019). Evaluation of Airline Loyalty Programs, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 1421-1432.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.