

BİREYSEL EMEKLİLİK ŞİRKETLERİNİN WEB SAYFALARININ E-TİCARET YAKLAŞIMI İLE İNCELENMESİ

Bahaddin RÜZGAR*, Alper SEVİNÇ**

(*) Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Aktüerya Bölümü, Göztepe
Kampusu 34722 Kadıköy, İSTANBUL

(**) Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Aktüerya Bölümü, Göztepe
Kampusu 34722 Kadıköy, İSTANBUL

bruzgar@marmara.edu.tr, repla-y@hotmail.com

ÖZET

Bilgi akışının akıl almaz bir şekilde olduğu günümüzde pazarlama araç ve yöntemleri de bu hızlı değişime kendilerini uydurmuşlardır. Yakın geçmişte kullanılan pazarlama yöntemleri bilgisayar teknolojisi ve onun sağladığı etkileşim ile oldukça değişmiştir. Küçük işletmeler teknolojinin sağladığı olanakları efektif şekilde kullanarak büyük şirketlerle boy ölçüşebilecek düzeyde hareket olanaklarına kavuşmuşlardır. Etkili web tasarımları ve e-ticareti destekleyen yazılımlar ile bir anda kendilerini global pazarın içinde varlıklarını hissettirir konuma getirmişlerdir. E-ticaretin her alanda rahatlıkla kullanılmasının yanında ürünün sadece yatırım olduğu bireysel emeklilik fonlarında da kullanılması son derece etkin ve kolay olmuştur. Her işlemin rahatlıkla online yapılabildiği ve yapılabileceği bireysel emeklilik fonlarına yatırımlar bu açıdan ele alınarak, mevcut 11 bireysel emeklilik şirketi e-ticaret açısından incelenmiştir. Web sayfalarına teknik ve akademik açıdan bakılarak literatürde genel olarak belirtilen konulara ne kadar sahip oldukları araştırılmıştır. E-ticaret ve e-pazarlama genel olarak incelenmiş, e-pazarlamanın faydalarından bahsedilerek, bireysel emeklilik sigorta şirketleri açısından iyi bir web sayfasında olması gerekenler sıralanmıştır. Araştırmanın amacı ve uygulanan yöntem belirtilerek araştırma sonuçları bulgular olarak verilmiştir. Yapılan araştırma doğrultusunda bireysel emeklilik şirketlerinin e-ticareti etkin bir şekilde kullandıkları ve müşterileri için beklentileri karşıladıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, E-pazarlama, Bireysel Emeklilik, Bireysel Emeklilik Şirketleri.

INVESTIGATION OF PRIVATE PENSION COMPANIES'S WEB PAGES WITH E-COMMERCE APROACH

ABSTRACT

As information grow very fast, marketing tools and methods follow these rapid changes. Marketing methods are very much changed with computer technologies. Small companies took advantages of computer technologies to compete with larger companies. By making use of effective web designs and e-commerce software, small companies took important places in the market. E-commerce is also extensively, effectively and easily used in private pensions system whose product is only investment. In this work, 11 private pension companies have been studied by focusing on e-commerce. Web pages of those companies are investigated from technically and academically points of view to evaluate them according to recent developments in e-commerce. In general, e-commerce and e-marketing and their benefits are discussed. Then, characteristics of web site of effective private pension companies are explained. After evaluation it is found that the companies are doing well on e-commerce and satisfying expectations of their costumers.

Keywords: E-Commerce, E-Marketing, Private Pensions, Private Pension Companies.

1. GİRİŞ

Bilgi toplumuna, elektronik iletişimin hızlı bir şekilde katılması ile pazarlama stratejilerinde birçok farklılaşma olmuştur. Bilgi çağı öncesi pazarlama yöntemlerinden

en çok yüz yüze pazarlama yöntemi kullanılırken, bilgi çağı ile birlikte pazarlama yöntemlerinin en başına elektronik pazarlama geçmeğe başlamıştır. E-pazarlama, internet üzerindeki gelişmelere paralel olarak hızla