**TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZİMİNDE OTELLERİN DİJİTAL PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN MÜŞTERİ ALGILARINA ETKİSİ: NOVA PLAZA HOTELLERİ ÖRNEĞİ**

Tayfun Kurt1, Batuhan Aydoğdu2, Özgür Ali Atakan3

**1 Dr. Bağımsız Araştırmacı (Sağlık Turizm Danışmanı)**

**2 Nova Plaza Hotelleri Genel Kordinatörü**

**3 Hotelistan Global Travel Services Bilişim Kurulu Başkanı**

*Sorumlu yazar=* *tyfnkrt@hotmail.com*

**ÖZET**

Bu araştırmada sağlık turizmi alanında hizmet veren otellerin dijital pazarlama faaliyetleri araştırılmış ve müşterilerin bu faaliyetlere yönelik algıları ile bu faaliyetlerin müşteriler üzerindeki etkileri belirlenmiştir. Sağlık turizmindeki otellerde görev yapan üst ve orta düzey yöneticiler ve müşterilerle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri uygulanmıştır ve  araştırmanın verileri   ilgili literatürden faydalanılarak   yapılandırılmış ve açık uçlu mülakat soruları ile elde edilmiştir. Açık uçlu soru-cevap şeklinde yapılan mülakatlar sonucunda, oteller tarafından dijital pazarlama faaliyetlerinin kullanıldığı gözlemlenmiştir. Yöneticiler ve müşterilerin verdiği cevaplar kapsamında dijital pazarlama faaliyetlerinin önemsendiği, bu konuda booking.com, hotels.com gibi pek çok otelin yer aldığı sitelerin müşteriler tarafından tercih edildiği, müşterilerin online ortamdaki yorumlarına önem verildiği, instagram gibi sosyal medya hesaplarının dijital pazarlama faaliyeti kapsamında kullanıldığı, bazı otellerin kendi web sitelerini oluşturarak dijital pazarlama konusunda profesyonel yardım aldıkları tespit edilmiştir.

**Anahtar:** DİJİTAL PAZARLAMA; TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ; OTEL YÖNETİMİ; MÜŞTERİ ALGISI; NOVA PLAZA HOTELLERİ

**THE EFFECTS OF DIGITAL MARKETING ACTIVITIES OF HOTELS IN HEALTH TOURISM ON CUSTOMER PERCEPTIONS IN TURKEY: THE CASE OF NOVA PLAZA HOTELS**

Tayfun Kurt1, Batuhan Aydoğdu2, Özgür Ali Atakan3

**1 Dr. Eng. Independent Researcher (Health Tourism Consultant)**

**2 Nova Plaza Hotels General Coordinator**

**3 Hotelistan Global Travel Services Chief Executive Officer**

*Corresponding author=* *tyfnkrt@hotmail.com*

**ABSTRACT**

In this research, the digital marketing activities of hotels in health tourism are investigated, the perceptions of the customers towards these activities and the effects of these activities on the customers are determined. In this regard, firstly a comprehensive literature review was completed in the research, and then in depth interviews were conducted on the basis of senior and mid-level hotel managers and customers in health tourism. The data of the research in which qualitative research methods were applied were obtained by the semi-structured open ended interview questions created by the researcher using the relevant literature. As a result of in-depth interviews conducted in the form of open-ended questions and answers, it was observed that digital marketing activities were used by hotels. Within the scope of the responses of managers and customers, it was determined digital marketing activities were considered important, sites such as booking.com and hotels.com were preferred by customers, customers' comments on the online environment were considered seriously, social media accounts such as Instagram were used within the scope of digital marketing activities and some hotels have created their own websites and received professional help in digital marketing.

**Keywords:** DIJITAL MARKETING; HOTELS IN HEALTH TOURISM IN TURKEY; HOTEL MANAGEMENT; CUSTOMER PERCEPTION; NOVA PLAZA HOTELS