

Kurumsal başarı; sadece ürün ve hizmet sunmaya dayanmaz. Varlığınızın sürdürülebilirliği, müşteri ve vatandaş ilişkilerindeki yönetim kalitenizle, analitik verileri doğru okumanızla ve temas noktalarındaki standartlarınızla belirlenir. CRM ve müşteri sadakati süreçlerinde yapılan en küçük bir stratejik hata, kurumları pazar kaybına, gelir düşüşüne ve itibar krizlerine sürükler. İş süreçlerindeki bu görünmez zafiyetler, kurumsal performansı engelleyerek yeni müşteri edinme maliyetlerini doğrudan artırır.

Kurumunuzun müşteri ilişkileri yönetimi ve CRM uyum kapasitesi aşağıdaki kurumsal ve yönetsel standartlara ne ölçüde uyum sağlıyor?

1. MÜŞTERİ SADAKATI VE CHURN (VAZGEÇME) ANALİZLERİ

- Kontrol Sorusu:** Mevcut müşterilerinizin veya hizmet sunduğunuz vatandaşların kurumu/firmayı terk etme (vazgeçme) nedenlerini düzenli olarak analiz ediyor, bu verileri süreç iyileştirme kararlarınızda kullanıyor musunuz?
- Gizli Risk:** Yeni bir müşteri edinmenin maliyeti, mevcut müşteriye elde tutmaktan 5 ila 25 kat daha yüküktür. Müşterinin vazgeçme nedenlerinin kök analizleri (root cause) yapılmadığı sürece, kurum gizli bir finansal erozyonla karşı karşıyadır. Bu durum kurumsal imajınızı zedelerken, satış ve hizmet hacminizi doğrudan düşürür. Müşteri sadakatini koruyacak yasal ve stratejik parametreleri nasıl kurgulayacaksınız?

2. TEMAS NOKTALARINDA (TOUCHPOINTS) İLETİŞİM KAZALARI

- Kontrol Sorusu:** Müşteri/vatandaş temsilcileriniz, çağrı merkezi ekipleriniz ve yazılı destek personelleriniz; itirazlar ve şikayetler karşısında kurum imajını koruyacak ortak bir iletişim standardına göre mi hareket ediyor?
- Gizli Risk:** Farklı temas noktalarında yürütülen tutarsız veya orantısız iletişim süreçleri, müşteri memnuniyetsizliğini hızla tırmandırır. Tek bir hatalı e-posta veya telefon karşılama hatası, sosyal medyada hızla yayılarak kurumu telafisi güç itibar kayıplarıyla baş başa bırakır. Müşteri temsilcilerinin kurumsal temsil yeteneğini ve standartlarını nasıl denetleyeceksiniz?

3. OPERASYONEL VE ANALİTİK CRM ALTYAPISININ EKSİKLİĞİ

- Kontrol Sorusu:** Müşteri veritabanınızı segmentasyon, müşteri değer zinciri analizi ve rasyonel tahminleme modelleri doğrultusunda işliyor musunuz yoksa tüm kitlelere tek tip bir pazarlama ve hizmet modeli mi uyguluyorsunuz?
- Gizli Risk:** Analitik CRM altyapısı bulunmayan kurumlarda pazarlama ve tanıtım bütçeleri büyük oranda israf edilir. Müşteri segmentasyonunun doğru yapılamaması, hizmet kalitenizi düşürürken, potansiyel fırsatları kaçırmaya neden olur. Veri odaklı müşteri ilişkileri yönetimine geçmek ve iş akışlarınızı entegre etmek için hangi adımları atacaksınız?

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ VE CRM SÜREÇLERİNİ ULUSLARARASI STANDARTLARA TAŞIMAK

Eğer yukarıdaki kritik sorulara tereddütsüz ve mevzuata uygun net cevaplar veremiyorsanız, şahsınız ve kurumunuz devasa bir risk altındadır. Bu krizleri deneme yanılma yoluyla değil, uzmanlardan öğrenmek zorundasınız. Yasal risklerinizi sıfırlamak ve kurumunuza özel eğitim planlaması yapmak için Vizyonder Müşteri İlişkileri Yönetimi Eğitimi (CRM) programına hemen başvurun.

VIZYONDER EĞİTİM DANIŞMANLIK VE TEKNOLOJİ A.Ş.

İSTANBUL	: Meşrutiyet Mahallesi, Kodaman Sokak, Bahar Apartmanı No:6 Daire:7 Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
ANTALYA	: Etiler Mah. Evliya Çelebi Cad. No:23 /106 Muratpaşa / Antalya
MERSİS NO	: 0925131571200001
İLETİŞİM	: 0.212 232 2016
GSM	: 0.545 335 2016
Eposta	: bilgi@vizyonder.org.tr
TİCARET SİCİL NO	: 142629
KURUMLAR V.D.:	: 9251315712
Faks:	: 0.850 811 2016
	: 0.545 332 2016