

Kurumsal verimlilik bütünü çağrı merkezinde

Çağrı merkezleri kamu dahil tüm sektörlerde yayılırken, müşterilerin beklentileri ile gelişim sergiliyor. Ülke bütününde önemli bir istihdam fırsatı oluşturan sektörün önündeki en önemli pürüz ise istihdam teşviklerindeki sınırlama.

Çağrı merkezleri kurumlar için "Müşteri Hizmetleri" yelpazesi altındaki en önemli unsurlardan biri. Bu yapıda sunulan başlıca hizmetlere bakıldığında danışma, şikayet yönetimi, üyelik, randevu hizmetleri, sadakat programı, tele satış, tele pazarlama, kampanya yönetimi, tahsilat yönetimi, teknik destek, satış sonrası destek hizmetleri görülüyor. Finans ve telekom başta olmak üzere pek çok sektörde çağrı merkezleri aracılığıyla

müşteri hizmetleri verimlilik, performans ve kalite hedefleri çerçevesinde sunulmaya başlandı. Ardından kamuda çağrı merkezi yapılanmaları başladı. Bugün ise çağrı merkezi sektöründe geleneksel müşterilerin dışında yeni müşteri segmentleri oluşmaya başladı. "Özellikle sigorta sektöründe bunu görüyoruz" bilgisini veren Procat, Speechouse ve CCH CEO Tarkan Ersubaşı'na göre, otomotiv ve perakende sektörleri de çağrı merkezlerini kapsamlı bir şekilde yapılandırma planı içinde.

Bilgilerin buluşma noktası çağrı merkezi

Çağrı merkezi hizmetlerinin çeşitlendirilmesinde birçok faktör önemli rol oynuyor. Ersubaşı, bunu 'kurumlar' ve 'müşteriler' olarak ayırarak anlattı. Kurumlar açısından bakıldığında, çağrı merkezi ile müşterilerle 7/24 iletişim kuruluyor. Bunu yaparken iş süreçlerinde operasyonel giderleri azaltmak mümkün. Alınan raporlar ile müşteri nabzını tutarken, etkin bir kaynak planlaması yaparak,



Procat, Speechouse ve CCH
CEO Tarkan Ersubaşı

maliyetleri rakamsal veriler ışığında kontrol altında tutarken, müşterilerden alınan geri bildirimler çerçevesinde hizmet ve ürünleri şekillendirmek mümkün. Teknolojinin hızlı gelişimi de çağrı merkezlerinin yapabileceği iş kapasitesini artırıyor. Ersubaşı'na göre, son yıllarda kullanımı artan ses teknolojileri buna çok önemli bir örnek. Müşteriler, yani kullanıcılar açısından bakıldığında ise çağrı merkezi sektörüne en hızlı şekil veren faktör, yeni nesil kullanıcıların yeni nesil alışkanlıkları. Hızlı ve kaliteli servis almak, lüks olmaktan

çıkıp bir ihtiyaç haline geldi. Sosyal medya da kurumlar ve kullanıcılar arası iletişime farklı bir boyut kazandırdı. Sosyal medya uygulamalarından toplanan bilgileri çağrı merkezi içerisinde çağrı gibi dağıtılabilecek mekanizmalar kuruldu. Mobil platformda ise şirketler, geliştirdikleri kurumsal mobil uygulamalar içerisinden topladıkları daha fazla bilgiyi çağrı merkezine iletmek amacı ile bütünleştirmeler yaparak, mobil uygulamalarda topladıkları verileri çağrı ile birlikte çağrı merkezine taşımaya başladılar.

Kalifiye işgücü ihtiyacı var

Çağrı merkezlerinin Anadolu'da yaygınlaşması, ekonomiye önemli faydalar sağlıyor. "Türkiye'de 1000 kişiye 1, dünyada ise 150-200 kişiye 1 çağrı merkezi müşteri temsilcisi düşüyor" bilgisini paylaşan Ersubaşı, insan kaynağı odaklı şu bilgileri paylaştı:

"Konuya Anadolu veya Batı diye bakmıyorum. Çağrı merkezi sektörü tüm gençler için önemli bir kariyer fırsatı. Önemli olan uzmanlaşma, doğru sektörlerin ya da doğru iş alanlarının doğru yerlerde konuşlanması. Çağrı merkezi müşteri temsilciliği işinin artık bir mesleğe dönüşmesi için sektörün önde gelen kurum ve organizasyonları

girişimlerde bulunuyor. Bu işi yarı zamanlı veya geçici iş olarak görülmekten uzaklaştırmamız gerek. Çağrı merkezlerinde kalifiye işgücü ihtiyacı var. Bugün Türkiye'de 18 üniversite bünyesinde çağrı merkezi ön lisans programları var. 2014 yılında toplam bin 575 yeni öğrenci alımı yapılacak olan bölümlere ilgi artıyor."

İstihdam teşvikinin etkileri olabilir

Çağrı merkezi sektöründe 2012 yılında sona eren istihdam teşviki, 2018'e kadar uzatıldı. Sektörün büyüme potansiyeline baktığımızda, Ersubaşı'nın verdiği bilgiye göre, 2015 yılında 80 bin kişilik bir hedef var. 2023'te ise bunun 100 binin üstüne çıkması hedefleniyor. Yeni teşvik, 6. bölgede yer alan 15 il ile sınırlı. Bu da diğer bölgelerin teşvik kapsamını nispeten daralttı. Ersubaşı'na göre, bu da şöyle bir etkinin doğmasına neden olacak: Eskiden projelerin çoğu Anadolu'ya taşınıyordu. Şimdi Anadolu'da insan kaynağı problemi oluşmaya başladığından özellikle katma değerli projeler İstanbul, İzmir gibi merkezlerde yapılanmaya başlayacak.