

# MÜŞTERİ BEKLENTİLERİ SON 10 YILA KIYASLA ÇOK DEĞİŞTİ

## E-Ticaret sektörüne yönelik geleceğe dair projeleriniz neler?

Procat şirketimizde e-ticaret danışmanlığı kurulduğumuz günden bu yana hizmetlerimiz arasında yer alıyor. Farklı büyüklüklerdeki e-ticaret firmalarına, uzmanlığımız olan müşteri hizmetleri alanında; departmanlarının kurulmasından çağrı merkezi teknolojilerinin sağlanmasına, dashboardlar aracılığı ile yönetim raporlarının tek ekranda görüntülenmesinden sürecin uçtan uca outsource edilmesine, CRM uygulamaları ile kanalların entegrasyonuna kadar farklı alanlarda hizmetler vermeye devam ediyoruz.

Müşterilerinin her irtibatının ne kadar değerli olduğunun bilincinde olan iş ortaklarımıza, sürecin farklı adımlarında müşterilerini anlık haberdar edebilecekleri, e-mail, chat, sosyal medya gibi farklı kanallardan gelen talepleri tek merkezden yönetebilecekleri, bunları kayıt altında tutarak uçtan uca analiz edebilecekleri çözümler sunuyoruz.

Speechouse şirketimizin de desteği ile yakın zamanda, hizmetlerimiz arasına ses ile log-in olunan mobil uygulamalar, ses ile log-in olunan web siteleri ve e-ticaret portalleri, mobil e-ticaret uygulamalarının içerisinde konuşarak gezinmenizi sağlayan ve size özel öneriler sunabilen, yaptığınız alışverişlerden ve davranışlarınızdan sizi tanıyarak size de kuruma da farklı kazanımlar sağlayan sanal asistan uygulamalarımızı ekledik. İlk uygulamalarına mobil platformda başladığımız çözümlerimizin Türkçe'de büyük başarı ile kullanılabilir olması iş ortaklarımızı memnun ediyor.

Call Center Hotel (CCH) ile kardeş şirketlerimizden verdikleri hizmetleri,

kiralama yöntemi ile firmalara kullanıyor ve böylece firmaların yatırım maliyetlerini büyük ölçüde ortadan kaldırıyoruz. Firmalar ister kendi yerlerinde, isterlerse de CCH lokasyonlarında bu hizmetleri kullanabiliyorlar. 15 Mayıs'ta gerçekleşecek olan 3. E-Ticaret Konferansı ve Fuarı'nda CCH olarak yer alıp hizmetlerimizi tüm katılımcılarla paylaşıyor olacağız.

## E-ticaret faaliyetleri için müşteri hizmetleri neden önemli?

Müşteri günümüzde işin tam merkezinde. Yakın geçmişte müşterinin isteklerine cevap vermek yeterli görünürken günümüzde müşteri beklentilerini de belirleyen bir noktada olabilmek, müşterilerini başarıları ile özendirerek bağlılık ve aidiyeti sağlamak kurumlar için büyük önem arz ediyor. Hal böyle iken, müşteri hizmetlerinde de proaktif yaklaşımlar önem kazanıyor. Müşteriyi, sizi aramadan önce elinizden geldiğince tanımak, hizmet ve ürünlerinizi bu çerçevede şekillendirmek ve doğru zamanda doğru çözümle karşısına çıkarmak gerekli. Bunun yapılabileceği en önemli kanal ve müşteri ile yegane iletişim noktası da müşteri hizmetleri.



E-ticaret yapan kuruluşlar için de durum aynı ve müşteri beklentileri yüksek. Mobil cep telefonlarımızda oynadığımız oyunların bile bizleri tanıdığı, sosyal medya hesaplarımız ile entegre olduğu, ona göre öneriler sunduğu, arkadaşlarımızın oynadıkları oyunların, tercihlerinin önceden bilinerek tercihlerimizin şekillendirildiği günümüzde müşteri beklentileri son 10 yıla kıyasla çok değişti.

Eskiden bir e-ticaret sitesinde müşteriler alışveriş sepetlerine attığı bir takım ürünler için çağrı merkezini aradıklarında, hattın ucunda bir telefon olduğunu düşünerek arıyor ve



**Tarkan Ersubaşı**  
Procat, Speechouse  
ve CCH CEO'su

tüm ihtiyacını hikayenin en başından anlatarak müşteri hizmetlerinin kendisine danışmanlık vermesini bekliyordu. Günümüzde ise, aynı kullanıcı sepetinde olan ürünlerin neler olduklarını bilen, kanalları arasında entegrasyonu tamamlamış, kendisini tanıyan ve webde yaptığından daha fazlasını yapmaya yetkin bir müşteri hizmetleri ile karşılaşmak istiyor. Müşteri hizmetlerinde bu beklentiyi karşılayacak kurum ve kuruluşların yakın gelecekte tercih edilmelerinin doğal olacağını, bu nedenle bu beklentileri karşılayacak ürün ve hizmetleri sağlayacak iş ortakları ile çalışmanın büyük önem arz ettiğini söyleyebilirim.

## Müşteri memnuniyeti sağlamada çağrı merkezinin rolü nedir?

Çağrı merkezlerine gelen her çağrının, atılan her e-mailin, sosyal medyadan kurumun hizmetleri hakkında yazılan her yorumun, müşterilerinin kuruma verdikleri kendilerini elde tutmak ve mevcut sadakati sağlamak için bir şans olduğunu düşünerek işe başlamakta fayda var. Yeni gelişen teknolojiler ve alışkanlıklar nedeni ile yeni nesil kullanıcıların çağrı merkezlerini aramaktan ziyade, mobil uygulamalar veya web aracılığı ile kendi işlerini kendileri görmeyi tercih edebiliyorlar.

Bu fırsat yakalandığında da müşteriye, beklentilerinin bir adım ötesinde bağlılığı artıracak seviyede kaliteli hizmet sunmanın şart olduğu ve bu hizmeti sağlamak için yapılacak her türlü yatırımın da geri dönüşünün çok hızlı olacağını düşünüyorum.