

En İyi Müşteri Deneyimi Kriterleri

Dış müşterinin uçtan uca tüm süreçlerdeki beklenti ve ihtiyaçlarını odağına alıp, müşterileri için en uygun ve özgün çözümleri oluşturarak, daha iyi bir müşteri deneyimi yaratan ve uzun vadede müşteri bağlılığının sürdürülmesi ile fark yaratan iletişim merkezlerinin ödüllendirileceği kategoridir.

Seçim Kriterleri

En iyi müşteri deneyimi kategorisi aşağıdaki temel konu başlıklarda değerlendirilecektir:

1. Müşteri deneyimi stratejileri
2. Müşteri deneyimi uygulamaları
3. Müşteri deneyimi ölçüm metrikleri (Ulaşılabilirlik, SLA Uyum, AHT, NPS vb.)
4. Müşteri deneyiminde sürdürülebilirlik planları

1. Müşteri Deneyimi Stratejileri:

- a. Kurumun tanımlı müşteri hizmet deneyimi stratejileri
- b. Kurumun tanımlı müşteri deneyimi manifestosu ve yönetim modeli
- c. Tanımlı KPI'lar (sonrasında bunların ne kadarının gerçekleştirildiğinin ortaya konması ve ölçülebilir fayda)
- d. Kurumun hâlihazırda yararlandığı deneyimsel araştırma metotları & mevcut durum değerlendirmesi (pazar şartları, rakip analizleri, müşteri kitlesinin beklentilerinden yola çıkarak içinde bulunulan durumun nasıl olduğunun belirtilmesi)
- e. Ölçeklenebilirlik (Kullanım alanı genişletilmeye uygun mu?)

2. Müşteri Deneyimi Uygulamaları

- a. Deneyim tasarım modeli ve fark yaratan müşteri deneyimi uygulamaları
- b. İtiraz karşılama ve şikayet yönetimi iş modeli (şikayet çözüm süreleri, şikayet süreci akışı, şikayeti önleyici aksiyonlar vb.)
- c. Deneyimi ölçmekte kullanılan analiz teknikleri (Speech Analytics, vaka analizleri, şikayet kök sebep analizleri vb.)
- d. Değişime uyum sağlama yöntemleri
- e. Ekibi geliştirme yöntemleri
- f. Performans yönetimi uygulamaları
- g. Müşterinin Dijital Deneyim uygulamaları (Deneyim kapsamında yürütülen projeler ve yenilikçi uygulamalar (görüntülü görüşme vb.)
- h. Müşteri tutundurma ve tekrar kazanma yöntemleri
- ı. ÇM çalışanları tutum ve yetkinlikleri (iletişim becerisi, etkin dinlenme, öneri geliştirme, çözüm odaklılık, empati yeteneği, inisiyatif yeteneği vb.)
- i. Müşteri deneyimi çalışmalarında yapay zeka teknolojilerinin kullanımı ve sonuçları

3. Müşteri Deneyimi Ölçümleri

- a. MDY kullanılan kuruma özel ölçekler ve sonuçlar
- b. Kalite ölçüm metodolojisi, çağrı değerlendirme ana metriklerle ilişkin skorlar
- c. Çağrı Merkezi NPS skoru
- d. Şikayet NPS Skoru
- e. İlk Kontakta Çözüm skoru (First Call Resolution)
- f. Ölçülebilir fayda (Müşteri memnuniyeti artışı, Pazar payı artışı, NPS artışı, FCR (ilk temasta çözüm oranı) artışı, Şikâyet oranı azalışı, Müşteri geribildirimi – yorumu, Marka bilinirliği, vb.)

4. MDY'de Sürdürülebilirlik Planları

- a. Sürdürülebilir müşteri deneyim yönetimi vizyonu
- b. Sürdürülebilirlik planları
- c. Kriz Yönetim modeli (pandemi, deprem vb. durumlar için hazırlanan model)

Bütün bu yukarıdaki konulara ilişkin yaklaşımların destekleyicisi sunulacak kanıtlardır. Asıl değerlendirme konulara ilişkin sunulan kanıtlara göre yapılmaktadır.

Bu kategorinin kazananı, kendine özgü yenilikçi ve benzeri olmayan biçimde çalışmalı ya da olağanüstü sonuçlar getirmiş olmalıdır.

NOT: Değerlendirme Kurulu, yukarıdaki kriterlere uygun aday olmaması halinde, bu kategorideki ödülü vermeme hakkına sahiptir.