

# “GİZLİ MÜŞTERİNİN” GÖR DEDIĞİ!

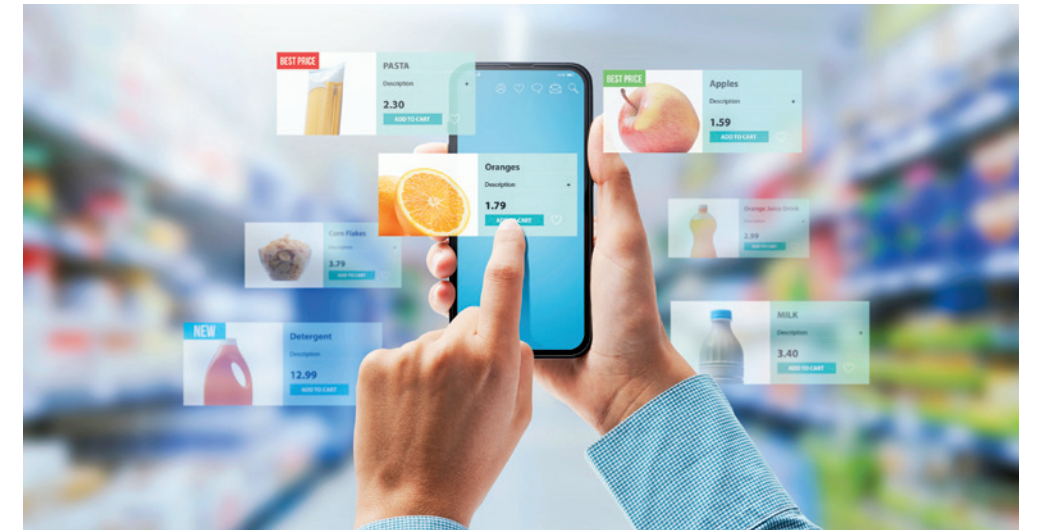


Devasa pazarlama bütçeleri, iyi bir deneyim tasarlamak için sarf edilen efor ve marka itibarı için ortaya konan onca emek... Hepsi tüketiciyle markanın etkileşime geçtiği kritik “an” için. Ancak yapılan tek bir hata tüm bu yatırımları boşa çıkarabiliyor. Bu noktada gizli müşteri uygulamaları o mükemmellik anını etkili kılmamanın yollarını ortaya koyarken hasarlı alanlara da işaret ediyor. Xsights’ın Marketing Türkiye için yaptığı “Gizli Müşteri Analizi” müşteriye en mükemmel deneyimi yaşatmak isteyen markalar için önemli içgörüler sunuyor...

**M**arkalar iyi bir deneyim tasarlamak ve marka itibarını artırmak için devasa bütçeler ayırırken Xsights’ın Marketing Türkiye için yaptığı “Gizli Müşteri Analizi” en büyük eksikliklerin aslında en temel hizmetlerde olduğunu kaydediyor. Mesela markanın ev sahibi olduğu alanları temiz tutması, “Hoş geldin”ler, “Yine bekleriz”ler, “Siparişiniz geciktiği için üzgünüz”ler... Aslında çözülmesi oldukça kolay görünen tüm bu “küçük sorunlar” bir araya geldiğinde devasa bir çıkmaz yaratıyor. Analizde tüm detayları göreceksiniz ancak işin özü “işini hakkıyla yapan ve mutlu çalışan” eksikliği gibi görünüyor... Temmuz-Ağustos 2023’te Xsights tarafından gerçekleştirilen analiz, perakendenin hazır giyimden elektroniğe, mobilyadan markete, restoran ve kafeye hatta tüm sektörün ve alt sektörlerinin hizmet kalitesi haritasını ortaya koyuyor...

## Mağaza deneyiminde gidilecek çok yol var

Analize göre perakende sektörünün Hizmet Kalitesi Puanı 71 olarak kaydedildi.



Xsights Değerlendirme Anahtarı kriterine göre bu puan “yetersiz” sonucundan sadece bir puan fazla. Bu da demek oluyor ki perakende sektöründe hizmet kalitesi hayli kritik bir eşikte. Sektörün acilen hizmet kalitesini artıracak aksiyonlar alması gerekiyor... Ürün sunma kalitesi ve karşılama kalitesi puanları da kıl payı yetersiz olmaktan kurtulup iyileşmesi gereken alanlar arasında yer alıyor.

Satışa yönelik çabalarsa 61 puanla en çok efor sarf edilmesi gereken alan olarak öne çıkıyor. Perakende sektörüne dair bir pozitif sonuç da var... Müşteriyle iletişim kalitesi 82 puanla iyi olarak değerlendiriliyor gizli müşteriler tarafından. Çok iyi olması içinse sadece 8 puanlık bir artış gerekiyor.

XSIGHTS DEĞERLENDİRME ANAHTARI	0-70 Yetersiz	70-80 İyileşmeli	80-90 İyi	90-100 Çok iyi
--------------------------------	---------------	------------------	-----------	----------------



Sonuçlar genel olarak incelendiğinde “karşılama kalitesi” ve “satışa yönelik çabalar” aksiyon alınması öncelikli konular olarak karşımıza çıkıyor.

Sonuçlar doğrultusunda önceliklendirme yapılarak, “müşteri memnuniyeti” unsurlarında, “eğitim ve mağaza müdürü liderliği” temelinde topyekûn bir iyileştirme yapılmasında fayda var.

İşte sektörlerimize göre “satışa ve hizmeti en çok düşüren noktalar” ve en çok fırsat yitiren alanlar...



## PERAKENDE MAĞAZACILIK



Bir deneyim merkezine dönüşmesi öngörülen perakende mağazacılık alanında hasarlı olan pek çok deneyim noktası var... Mağaza görevlilerinin müşteriye karşılamasından uğurlamasına dek iyileştirilmesi gereken adımları şöyle sıralamak mümkün:

- Müşterinin 15 saniye içinde karşılanması,
- Müşterinin çalışan tarafından fark edilmesi ya da "Hoş geldiniz" denilerek karşılanması,
- Çalışanın ilave ürün göstermesi,
- Proaktif davranıp müşteri istemeden ürün bilgisi vermesi,
- Müşterinin markayla ilgili itirazlarının üstesinden gelmeye çalışması...

## MARKET

Rekabetin en yüksek olduğu sektörlerden biri de market. Ancak kimi zaman aradığı ürünün reyonunu bulamayan müşterinin kimi zamansa meyve sebze reyonunu yeterince temiz bulmayanların iyi bir deneyim yaşadığını düşünmek imkansız. Market kanalında deneyimi iyileştirmek için şu 5 adıma işaret ediyor gizli müşteriler:

- Müşterinin kasiyer tarafından "hoş geldiniz" denilerek karşılanması,
- Teşhir sepetlerindeki gıda dışı ürünlerin düzenli olması,
- Meyve sebze reyonunun temiz olması,
- Herhangi bir mağaza çalışanına ürün sorulduğunda, ürünün olduğu reyona kadar eşlik etmesi,
- Müşterinin işlemi bittikten sonra kasiyer tarafından "güle güle, yine bekleriz" şeklinde uğurlanması...



**DENEYİM  
KONUSUNDA  
HANGİ SEKTÖR  
NE KADAR  
BAŞARILI?**

## AKARYAKIT

Müşterinin bazen sadece benzin almak için uğradığı, bazen yola mola verip vakit geçirmek istediği, bazen market alışverişi yapmak istediği akaryakıt istasyonlarında öne çıkan eksiklikler pompa görevlilerinin ek fayda sağlamayı teklif etmesi üzerine şekilleniyor. Gizli müşterilerin geri bildirimlerinin analiz edilmesi sonucu en çok iyileşme beklenen alanlar şu şekilde sıralanıyor:

- Pompa görevlisinin aracın yağını veya suyunu kontrol etmeyi teklif etmesi,
- Pompa görevlisinin cam silme teklifinde bulunması,
- Pompa görevlisinin depoyu doldurmayı teklif etmesi,
- Müşterinin market görevlisi tarafından "hoş geldiniz" veya benzeri bir ifadeyle karşılanması,
- Klozet ve pisuarların temiz, lekeden arındırılmış olması...



## KUYUMCULUK

Lüks kategorisine giren kuyum ürünlerini satın alırken ekstra dikkatli ve güvenlik ihtiyacı duyan bir müşteri oluyor mağaza görevlilerinin karşısında. Tabii bir de en doğru ürün eşleşmelerini yaparak iyi görünmek isteyen... Bu sebeple mağaza görevlilerinin odaklanması gereken eksiklikler genellikle güven verme, müşterinin kombin yapmasına yardımcı olma gibi maddelerle şekilleniyor:

- Müşteri sormasa da sertifika hakkında bilgi verilmesi,
- Tamamlayıcı ürün sunulması,
- Duygusal/teknik ürün bilgisi verilmesi,
- Ürün iade/değişim prosedürü hakkında doğru bilgi verilmesi...



## RESTORAN-KAFE

Bir restoran ya da kafede sipariş beklerken bazen 15 dakika bile saatler gibi gelebiliyor. Bu durumda her şeyden önce yaşanan aksaklıkların müşterideki etkisinin misliyle olduğu göz önünde bulundurulmalı ve en azından gecikme sebebiyle duyulan üzüntü dile getirilmeli. İyi bir deneyimin temelinde iyi bir iletişimin yattığına dikkat çeken diğer maddeler şöyle:

- Sipariş geciktiği için özür dilemesi,
- İlave ürün sunulması,
- Memnuniyetin sorulması,
- Sipariş sonrası başka isteğin olup olmadığını sorulması,
- Ödeme sonrası sıcak/samimi uğurlama yapılması...



## ALIŞVERİŞ MERKEZİ

En çok iyileştirme yapılması gereken sektörlerde son olarak alışveriş merkezleri var. Bu sektörde en çok öne çıkan maddeler tahmin edeceğimiz gibi güvenlik görevlilerinin tavırları ve temizlikle alakalı:

- Güvenlik görevlisi tarafından güler yüzle karşılanma,
- Danışma personelinin karşılama yapması,
- Temizlik görevlilerinin, sorulan sorulara yeterli cevap vermesi,
- Tuvalet temizlik çizelgelerinin güncel olması,
- Yemek yenilen ortak alanlarda zeminin temizlenmesi...



# BAYMAK İLE TASARRUF EDİN



A sınıfı enerji verimliliğine sahip,  
Baymak Lunatec Kombi ile  
hemen tasarruf etmeye başlayın.

**baymak**

BDR THERMEA GROUP