

Bu ilke kitapçığı, Gizli Müşteri Araştırma departmanında görev alan XSIGHTS çalışanlarının; veri güvenilirliği, tarafsızlık, gizlilik ve profesyonellik ilkeleri çerçevesinde hareket etmesini sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Doküman, günlük ofis operasyonlarından müşteri ilişkilerine, saha yönetiminden raporlama süreçlerine kadar tüm iş akışlarını kapsar.

## 1. Etik Yaklaşımın Temel Amacı

Gizli müşteri araştırmaları; markaların stratejik kararlarını, çalışan değerlendirmelerini ve müşteri deneyimi iyileştirmelerini doğrudan etkileyen çalışmalardır. Bu nedenle ofis çalışanlarının etik dışı herhangi bir tutumu, yalnızca tek bir projeyi değil kurumun tamamını riske atar.

Bu kitapçığın amacı; doğru, güvenilir ve adil araştırmalar yürütülmesini sağlamak, sektörel itibarı ve kurumsal güveni korumaktır.

## 2. Dürüstlük ve Mesleki Bütünlük

Departman çalışanları; Tüm projelerde doğru ve şeffaf bilgi üretmekle yükümlüdür. Bilerek yanlış yönlendirilmiş veri üretmez, değiştirmez veya görmezden gelmez. Proje sonuçlarını kişisel görüş, beklenti veya ticari baskılar doğrultusunda şekillendirmez. Kurum içi veya dışı hiçbir menfaat karşılığında etik dışı davranışta bulunmaz.

Mesleki bütünlük, araştırma departmanının en temel güven unsurudur.

## 3. Gizlilik ve Veri Güvenliği

Departman çalışanları; Proje kapsamındaki tüm bilgileri gizli kabul eder. Müşteri, marka, lokasyon, personel ve gizli müşteri bilgilerini yetkisiz kişilerle paylaşmaz. Raporları, ham verileri ve analizleri kişisel cihazlarda izinsiz şekilde saklamaz. Dijital sistemlere erişim bilgilerini üçüncü kişilerle paylaşmaz.

Veri gizliliğinin ihlali, hem etik hem de hukuki yaptırımlar doğurur.

## 4. Tarafsızlık ve Bağımsızlık

Departman çalışanları; Çalıştıkları projelerde kişisel ilişkilerinin veya geçmiş deneyimlerinin kararlarını etkilemesine izin vermez. Belirli bir marka, lokasyon veya personel lehine ya da aleyhine yönlendirme yapmaz. Analiz ve raporlama süreçlerinde yalnızca veriye dayalı değerlendirme yapar.

Tarafsızlık, raporların güvenilirliğini ve markalar nezdindeki saygınlığı doğrudan etkiler.

## 5. Gizli Müşteri Yönetiminde Etik Sorumluluk

Departman çalışanları; Gizli müşterilere etik dışı davranışlara yol açabilecek yönlendirmelerde bulunmaz. Gerçekçi olmayan, işletmeyi veya personeli zor durumda bırakacak senaryolar oluşturmaz. Gizli müşterileri rapor manipülasyonuna, sahte ziyaret yapmaya veya veri uydurmaya teşvik etmez. Etik ihlal şüphesi gördüğünde bunu yöneticilerine bildirir, ziyaretin iptalini gerçekleştirir.

Gizli müşteri ile departman arasındaki ilişki, güven ve şeffaflık temeline dayanmalıdır.



## 6. Müşteri ve Marka İlişkilerinde Etik Duruş

Departman çalışanları; Müşterilere sunulan metodoloji, kapsam ve raporlama süreçleri hakkında doğru bilgi verir. Metodolojiyi etik dışı biçimde esnetmez. Proje sınırları dışında ek analiz, yorum veya yönlendirme yapmaz. Müşteri memnuniyeti adına veri kalitesinden ödün vermez.

Müşteri ilişkilerinde etik dışı kısa vadeli kazanımlar, uzun vadeli itibar kaybına yol açar.

## 7. Raporlama ve Analiz Süreçlerinde Etik İlkeler

Departman çalışanları; Raporları eksiksiz, doğru ve zamanında hazırlar. Olumsuz bulguları gizlemez, yumuşatmaz veya seçici şekilde sunmaz. Veri görselleştirme ve yorumlarda yanıltıcı dil veya sunum teknikleri kullanmaz. Ham veri ile analiz çıktısı arasındaki tutarlılığı korur.

Raporlama, gizli müşteri araştırmasının en kritik etik aşamalarından biridir.

## 8. Çalışma Disiplini, İç İletişim ve Ekip Etiği

Bu bölüm, gizli müşteri araştırma departmanının günlük çalışma düzenini ve ekip içi iş yapma biçimini tanımlar.

Departman çalışanları; Kurum içi ve dışı tüm e-posta, mesaj ve sistem bildirimlerine **en geç 24 saat içinde** dönüş yapar. Acil olarak işaretlenen konularda mümkün olan en kısa sürede yanıt verir veya durum bilgisi paylaşır. Kendisine atanan görevleri takip eder, gecikme riski oluştuğunda bunu önceden yöneticisine bildirir. “Görmedim, fark etmedim, yoğundum” gibi gerekçeleri iletişimsizlik için kabul edilebilir bir mazeret olarak kullanmaz.

### 8.1 Ekip İçi İletişim Dili

Departman çalışanları; Yazılı ve sözlü iletişimde net, saygılı ve profesyonel bir dil kullanır. Belirsiz, yoruma açık veya eksik bilgilendirme yapmaz. Talep edilen bilgiyi geciktirmek yerine, sürece dair şeffaf bilgi verir.

### 8.2 İş Takibi ve Sorumluluk Bilinci

Departman çalışanları; Üzerine aldığı işi başkasının takibine bırakmaz. Proje, rapor ve saha süreçlerinde sorumluluk alanını net biçimde bilir. Bir iş devredilecekse, yazılı ve açık şekilde devreder. Tamamlanmayan işleri sessizce bekletmez veya gizlemez.

### 8.3 Uzaktan ve Hibrit Çalışma Etiği

Uzaktan veya hibrit çalışma düzeninde; Çalışma saatleri içinde erişilebilir olunur. Toplantılara zamanında katılım sağlanır. Mesai saatleri içinde kişisel işlere öncelik verilmez. Uzaktan çalışma, iletişimi azaltma veya sorumluluktan kaçma gerekçesi olarak kullanılmaz.

Disiplinli çalışma biçimi, fiziksel ofis varlığından bağımsızdır.

Departman çalışanları; Kurum içinde saygılı, açık ve profesyonel bir iletişim dili kullanır. Ekip arkadaşlarını hataya zorlayacak baskıcı veya etik dışı taleplerde bulunmaz. Hataları gizlemek yerine çözüm odaklı yaklaşır. Bilgi paylaşımında yetki ve sorumluluk sınırlarına uyar.



## 9. Etik Taahhüt

Gizli müşteri araştırma departmanında görev alan her ofis çalışanı, bu kitapçıkta yer alan etik kuralları okuduğunu, anladığını ve tüm görevlerini bu ilkeler doğrultusunda yerine getireceğini kabul eder.

Bu ilke kitapçığı, kurumun etik duruşunun yazılı bir ifadesidir ve tüm çalışanlar için bağlayıcıdır.