

## Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'nde 35. ölçüm sonuçları açıklandı: Ulusal Endeks 2014 1.çeyrek seviyesinde seyretti

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2014 Yılı 2. Çeyrek sonuçlarına göre **Erikli, Pınar, Arçelik, Beko, Bosch, Opet** ve **Türk Hava Yolları** müşteri memnuniyetinde sektörlerinin lider markaları oldu.

81 ilde 7 bin 621 tüketici ile bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak ve özel ekonometrik analiz modeli ile belirlenen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksinin 35. ölçüm sonuçları açıklandı.

TMME çalışması kapsamında, 2014 yılının 2. çeyreğinde Akaryakıt İstasyonları, Ambalajlı Su, Havayolları, Küçük Ev Aletleri ve Meyve Suları sektörlerinde ölçümleme yapıldı. 2014 yılı 2. çeyrekte ölçülen 5 sektörün skorları 72 ile 79 arasında seyretti. **Ambalajlı Su** sektörü 79 puan ile 2014 yılı 2. çeyrekte ölçülen sektörler arasında en yüksek TMME derecesine sahip sektör oldu. **Küçük Ev Aletleri** 78 puan ile ikinci, **Akaryakıt İstasyonları** ve **Meyve Suları** sektörleri ise 77 puan ile üçüncü sırada yer aldılar. **Havayolları** sektörü 2014 yılının 2. çeyreğinde ölçülen sektörler arasında 72 puanla son sırada yer aldı.

TMME 2014 2. çeyrek sonuçlarına göre Ambalajlı Su sektöründe **Erikli ve Pınar** birinci sırayı paylaşan markalar oldular. Meyve Suları sektöründe **Pınar**, Küçük Ev Aletleri sektöründe **Arçelik, Beko** ve **Bosch**, Akaryakıt İstasyonları sektöründe **Opet**, Havayolları sektöründe ise **Türk Hava Yolları** müşteri memnuniyetinde lider markalar oldular.

**Erikli Su ve Pınar Su, Ambalajlı Su sektöründe müşteri memnuniyeti liderliğini paylaştılar.**

Ambalajlı Su sektörünün müşteri memnuniyeti endeksi %1,3 düşüş yaşarak 79 puana geriledi. Geçtiğimiz sene 2. çeyrekte Ambalajlı Su Sektörünün birincisi **Erikli**, bu sene birinciliği **Pınar** ile paylaştı. **Erikli** ve **Pınar** 100 üzerinden 82 puan ile Ambalajlı Su sektöründe birinci sırayı paylaştılar.

**Meyve Suları sektöründe Pınar tekrar lider oldu. Sektör genelinde ise memnuniyet puanlarında gerileme görüldü.**

Meyve Suları sektörünün müşteri memnuniyeti geçtiğimiz yıla kıyasla %3,8 gerileyerek 77 puana düştü. Markalar bazında, "Diğer" kategorisi dışında kalan tüm markaların memnuniyet skorlarında gerileme görüldü. Geçtiğimiz sene birincilik sırasını Cappy ile paylaşan **Pınar** 2014 yılında meyve suları sektöründe tek başına lider oldu.

**Küçük Ev Aletleri sektörünün müşteri memnuniyeti geçtiğimiz seneye kıyasla %1,25 geriledi.**

Küçük Ev Aletleri sektörünün müşteri memnuniyeti geçtiğimiz seneye kıyasla %1,3 gerileyerek 78 puana düştü. Tüketici teknolojisi ürünleri pazarının en yenilikçi sektörlerinden biri olan Küçük Ev Aletleri sektörünün müşterilerinin değerlendirmeleri sonucunda üç marka birincilik sırasını paylaştılar. **Arçelik**, **Beko** ve **Bosch** 2014 senesinde, Küçük Ev Aletleri sektöründe müşterilerini en çok memnun eden markalar oldular.

**Türkiye'deki akaryakıt istasyonları müşterileri Amerika'daki akaryakıt istasyonları müşterilerinden daha memnun.**

Sektör geneline bakıldığında, Türkiye'deki akaryakıt istasyonları müşterilerinin Amerika'daki akaryakıt istasyonları müşterilerinden 2 puan daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları gözlemlendi. Türkiye'de geçtiğimiz iki sene boyunca 77 puanda seyreden Akaryakıt İstasyonları sektörü Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi 2014 2. çeyrek sonuçlarına göre dengeli seyrine devam ederek müşteri memnuniyeti düzeyini 77 puanda tuttu. Marka detayında ölçüme başlanan 2006 yılından itibaren sektöründe müşterisini en çok memnun eden **Opet**, 2014 yılında tekrar lider marka oldu.

**Amerika'daki havayolları ile Türkiye'deki havayolları kullanıcılarının memnuniyet düzeyi arasındaki fark daralmaya devam ediyor.**

2014 yılında Havayolları sektörünün müşteri memnuniyeti endeksi, son 3 sene içerisinde seyrettiği 73 puanlık memnuniyet düzeyinde %1,4 düşüş yaşarak 72 puana geriledi. Türkiye'de 72 puan olarak ölçülen endeks 2010 seviyesinde seyrederken, ABD'de ölçümü yapılan Havayolları sektörünün müşteri memnuniyeti endeksi 69 puan ile geçtiğimiz sene bulunduğu seviyede seyretti. Türkiye'deki Havayolları firmalarının müşterilerinin ABD'deki havayolları müşterilerine kıyasla daha memnun oldukları görülürken, iki ülke müşterileri arasındaki memnuniyet düzeyi farkının biraz daha daraldığı görüldü. 2011 yılında iki ülkenin Havayolları sektörünün memnuniyet düzeyleri arasındaki fark 8 puan iken, 2014 yılında bu fark 2 puana kadar düştü.

Müşteri memnuniyeti endeksinde bir önceki yıla kıyasla bir puan artış yaşayan **Türk Hava Yolları** sektördeki birinciliğini korumaya devam etti.

Türkiye Kalite Derneği (KalDer) ve uluslararası araştırma kuruluşu KA Araştırma Limited ortak girişimi tarafından yürütülen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2014 yılı 2. çeyrek sonuçlarına göre **ulusal müşteri memnuniyeti endeksi, 2014 yılının 2. çeyreğinde bir önceki çeyreğe kıyasla 0,1 puan düşerek 76,2 puana geriledi.** Aynı dönemde Amerikan Müşteri Memnuniyeti Endeksi de bir önceki çeyreğe kıyasla 0,1 puan düşerek 76,1 puana geriledi.

20'yi aşkın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede yürütülen ulusal müşteri memnuniyeti endekslerinin Türkiye uygulaması olan TMME, 2005 yılından beri değişik sektörleri ve bu sektörlerdeki kurumları kapsayacak şekilde her 3 aylık dönemde yapılıyor. 2014 yılı 2. çeyrekte Türkiye çapında 81 ilde 7 bin 621 tüketiciyle görüşülerek 29 markanın ve diğer kategorilerinin müşteri memnuniyeti ölçüldü. Tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerden memnuniyetini sayısal olarak gözler önüne seren TMME, ülke genelinde de müşteri memnuniyeti bilincinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına da katkıda bulunuyor.

**KalDer Yönetim Kurulu Başkanı A.Hamdi Doğan**, 35. çeyrek sonuçları açıklanan TMME çalışmasının Türkiye'de çok önemli bir görevi yerine getirdiğinin altını çizdi. Ulusal endeks çalışması kapsamında dokuz yıldır aralıksız olarak müşteri memnuniyeti eğilimlerinin saptandığını belirten Doğan; "TMME ile müşterilere tarafsız bir ölçümle sesini ve beklentilerini duyurma; kuruluşlara da ülke genelinde ve sektöründe yerini, rakiplerinin durumunu görerek strateji geliştirme imkânı sunulmaktadır. Ölçülen kuruluşlar TMME kurumsal üyesi olarak ayrıntılı TMME raporlarına ulaşabilirler" dedi.

*Bu bültende yer alan **TMME Q2/2014** endeks sonuçları, **14/Temmuz/2014 - 23/Ağustos/2014** tarihleri arasında, TMME ortak girişim kurucuları, **Türkiye Kalite Derneği** ve **KA Araştırma Limited** tarafından, 81 vilayette 7.621 müşteri görüşmesi ile, bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak toplanan verilerin, ACSI/Fornell Modeli ile özel olarak analizinden elde edilmiştir. TMME metodolojisi, analiz modeli ve sonuçları ile ilgili daha detaylı bilgi için, TMME Yöneticileri Sayın Alkan Yıldırım (alkan.yildirim@ka.com.tr) ve Sayın Görkem Erkuş (gorkem.erkus@kalder.org) ile görüşebilirsiniz.*

15 Eylül 2014

# TMME BASIN BÜLTENİ



Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2009 - 2014 2. Çeyrek TMME Sonuçları																
Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2009 - 2014 2. Çeyrek Sonuçları							American Customer Satisfaction Index (ACSI) 2009-2014 2. Çeyrek Sonuçları									
TMME Ulusal Endeks		2009	2010	2011	2012	2013	2014	ACSI Ulusal Endeks		2009	2010	2011	2012	2013	2014	
		75.2	75.6	76.1	76.7	76.2	76.2			76.1	75.9	75.7	75.9	76.5	76.1	
Sektörel Sıralama 2.Çeyrek 2006-2014							Sektörel Sıralama 2.Çeyrek 2006-2014									
Sıra	Sektör	TMME 2009	TMME 2010	TMME 2011	TMME 2012	TMME 2013	TMME 2014	Sektör	ACSI 2009	ACSI 2010	ACSI 2011	ACSI 2012	ACSI 2013	ACSI 2014		
1	Ambalajlı Su *	79	79	80	79	80	79	Ambalajlı Su	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor		
2	Meyve Suları *	79	80	79	80	80	77	Meyve Suları	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor		
3	Küçük Ev Aletleri	MD	77	78	80	79	78	Küçük Ev Aletleri	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor		
4	Akaryakıt İstasyonları	75	78	76	77	77	77	Akaryakıt İstasyonları	76	70	74	73	75	75		
5	Havayolları	70	72	73	73	73	72	Havayolları	64	66	65	67	69	69		
Kurumsal Sıralama 2.Çeyrek 2006-2014							Kurumsal Sıralama 2.Çeyrek 2006-2014									
Sıra	Sektör	Kurum / Marka	TMME 2009	TMME 2010	TMME 2011	TMME 2012	TMME 2013	TMME 2014	Sektör	Kurum / Marka	ACSI 2009	ACSI 2010	ACSI 2011	ACSI 2012	ACSI 2013	ACSI 2014
1	Ambalajlı Su *		79	79	80	79	80	79	Ambalajlı Su		Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		1 Eriklı	84	84	84	83	85	82			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		2 Pınar	82	82	84	84	82	82			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		3 Nestle	81	83	82	82	82	80			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		4 Hayat	79	79	81	80	81	78			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		5 Sırma	76	79	78	80	81	77			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		6 Damla Su	Ölçülmedi	76	78	77	75	70			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		* Aylaç	76	79	79	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		Diğer	76	77	76	75	76	77			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
2	Küçük Ev Aletleri		Ölçülmedi	77	78	80	79	78	Küçük Ev Aletleri		Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		1 Beko		82	79	83	79	81			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		2 Bosch		82	83	87	81	81			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		3 Arçelik		82	78	84	83	81			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		4 Philips		81	81	83	84	80			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		5 Arzum		79	78	82	80	79			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		6 Braun		77	80	83	81	78			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		7 Tefal		78	81	81	82	78			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		8 Sınbo		70	71	73	72	67			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		* King		74	72	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		Diğer		73	75	76	70	76			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
1	Meyve Suları *		79	80	79	80	80	77	Meyve Suları		Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		1 Pınar		82	83	83	82	82			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		2 Dimes		79	81	79	81	80			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		3 Tamek		80	80	81	81	80			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		4 İçim		83	80	81	81	81			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		5 Cappy		82	81	82	82	82			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		6 Aroma		79	82	81	81	81			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		* Meysu		70	74	72	76	Ölçülmedi			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		* Meybüz		Ölçülmedi	78	78	Ölçülmedi	Ölçülmedi			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		Diğer		72	72	72	72	74			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
4	Akaryakıt İstasyonları		75	78	76	77	77	77	Akaryakıt İstasyonları**		76	70	74	73	75	75
		1 Opet		79	80	81	81	80			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		2 Shell		77	80	76	78	79			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		3 BP		74	74	78	77	77			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		4 Petrol Ofisi		73	77	75	77	77			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		Diğer		71	75	75	75	76			Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
5	Havayolları		70	72	73	73	73	72	Havayolları		64	66	65	67	69	69
		1 Türk Hava Yolları		76	77	81	79	80			64	66	65	67	69	69
		2 Anadolu Jet		Ölçülmedi	Ölçülmedi	72	73	72			MD	MD	MD	81	83	79
		3 Pegasus		68	68	67	70	70			81	79	81	77	81	78
		4 Onur Air		65	68	65	68	70			64	62	56	65	68	71
		5 Sun Express		Ölçülmedi	70	70	68	64			60	63	63	64	65	66
		* Atlas Jet		66	75	75	Ölçülmedi	Ölçülmedi			60	63	63	64	65	66
		Diğer		67	73	-	76	78			59	62	61	65	64	66
											56	60	61	62	62	60
											68	71	64	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi
											77	75	76	74	72	70

© Telif Hakları 2005-2014 - TMME - KaiDer - KA Araştırma Limited

\*Meyve Suları ve Ambalajlı Su Sektörleri 2006 yılında Alkolsüz İçecekler Kategorisi altında ölçülmüştür.

\*\*Memnuniyet sadece sektör düzeyinde ölçülmüştür.

Bu bültende yer alan TMME Q2/2014 endeks sonuçları, 14 Temmuz 2014 - 23 Ağustos 2014 tarihleri arasında, TMME Ortak Girişim Kurucuları, Türkiye Kalite Derneği ve KA Araştırma Limited tarafından, 81 vilayette, 7.621 müşteri görüşmesi ile, bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak toplanan verilerin, ACSI/Forrell Modeli ile özel olarak analizinden elde edilmiştir.

***Bu dokümanda yer alan bilgiler Türkiye Kalite Derneği ile KA Araştırma Ltd. ortak girişimi ile kurulan Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) çalışma grubunun lisanslı olarak kullanmakta olduğu ACSI/Fornell Modeli ile gerçekleştirdiği bilimsel araştırma sonuçlarını yansıtmaktadır. Her hakkı saklıdır. TMME, işbu çalışma raporu kullanılarak üçüncü kişilerce hazırlanacak hiçbir yazılı veya görsel dokümandan sorumlu değildir.***

### **Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) hakkında**

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME), 20'yi aşkın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede yürütülen Ulusal Müşteri Memnuniyeti Endeksi'nin Türkiye uygulamasıdır. TMME, Türkiye Kalite Derneği-KalDer, KA Araştırma Limited ortak girişimi tarafından yürütülmektedir.

Ulusal Endeks'in oluşturulmasında, ülke içinde satın alınan belirli ürün ve hizmetleri sunan kuruluşlar için müşteri memnuniyeti anketleri yapılmakta, bu anket sonuçları özel bilimsel bir ekonometrik model (ACSI Modeli) kullanılarak analiz edilmektedir. Analiz sonuçları kurumsal, sektörel ve ulusal bazda endeksler halinde hazırlanmaktadır.

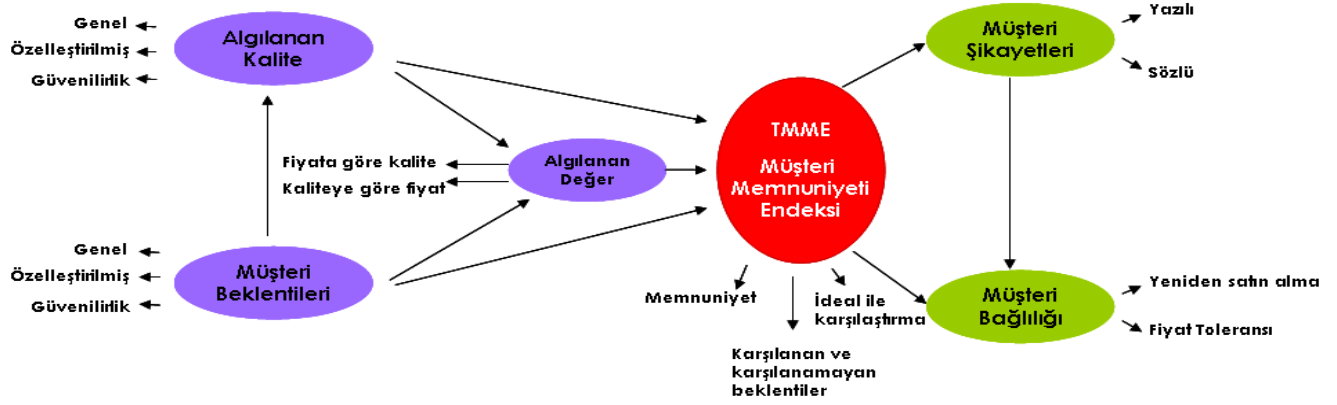
TMME'nin anket formu, müşteri tespit formları, uygulama modeli, endeks tespiti, istatistik ve ekonometrik analiz ve değerlendirme çalışmaları, tüm dünyada ana model kabul edilen ulusal endeks modelini yaratan, lisans sahibi CFI-Claes Fornell International ile ABD Müşteri Memnuniyeti Endeksi çalışmalarını (ACSI) 1993 yılından beri yürüten Michigan Üniversitesi yönetimi ve denetimi altında yürütülmektedir.

TMME'nin bilgi toplama ve kontrol çalışmaları, Avrupa Araştırmacılar Derneği (ESOMAR – [www.esomar.org](http://www.esomar.org)) ve Dünya Kamuoyu Araştırmacılar Derneği (WAPOR – [www.wapor.org](http://www.wapor.org)) uygulama ve etik standartları ve prensipleri doğrultusunda seçilen ve eğitime tabi tutulan bilgi toplama ve araştırma personeli tarafından yürütülmektedir. Tüm süreçler, Türkiye Kalite Derneği ve TMME Ortak Girişimi adına TMME Üst Kurulu ve TMME Yürütme Kurulu tarafından denetlenmektedir.

### **TMME çalışması 3 ayda bir yapılıyor**

**TMME** çalışması, Türkiye çapında, değişik sektörleri ve bu sektörlerdeki kurumları kapsayacak şekilde her 3 aylık dönemde yapılıyor. Cep telefonundan gıdaya, otomobilden sigortacılığa kadar, onlarca değişik sektörde müşterilerin memnuniyet derecesinin güncel olarak ortaya konulması hedefleniyor. **TMME**'nin kurumsal üyeleri, araştırma sonuçlarını sektör ve kurum/rakip bazında elde edebiliyorlar. Kurumsal Üyeler, TMME Modeli kapsamında, Müşteri Memnuniyet Endeksi dışında, Müşteri Beklenti Endeksi, Algılanan Kalite Endeksi, Algılanan Değer Endeksi, Müşteri Şikayet Endeksi ve Müşteri Bağlılık Endeksi verilerine kurumsal, sektörel ve ulusal bazda ulaşabilmekte, ayrıca endeksler arası etki modeli ile strateji üretebilmektedir. **TMME**'nin yılda 4 kez Ulusal Gelişim Raporları da hazırlanmaktadır.

## Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi Modeli ©



### Müşteri Beklentileri

Beklentiler, müşterilerin ürün veya hizmet hakkındaki tecrübeleri, medya, reklam, satış elemanları ve diğer müşterilerden duyduğu bilgilere göre oluşur. Müşteri beklentileri, kalite ve ürün veya hizmetin ne kadar iyi performans göstereceği ile ilgili değerlendirmeleri etkiler.

Müşteri beklentisi değişkeni için; müşterilerin satın alma öncesinde mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili 'genel' ve 'ihtiyacı karşılama' ve 'güvenilirlik' (ne sıklıkta ürün ve hizmet hakkında olumsuz durumla karşılaçağı) açılarından önceden ne düşündüğü sorulmaktadır.

### Algılanan Kalite

TMME tarafından ölçülen tüm şirketler ve sektörlerde, müşteri memnuniyeti üzerinde en çok etkisi olan unsur algılanan kalitedir.

Algılanan Kalite değişkeni için; müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili 'genel' ve 'ihtiyacı karşılama' ve 'güvenilirlik' (ne sıklıkta ürün ve hizmet hakkında olumsuz durumla karşılaçağı) açılarından ne düşündüğü sorulmaktadır.

### Algılanan Değer

Algılanan Değer değişkeni, müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetlerin kalitesine göre fiyatı ve ödenen fiyata göre kalitesi hakkında yaptığı değerlendirmeleri içerir.

TMME modelinde, algılanan değer, müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemekte ve müşteri beklentileri ve algılanan kaliteden ise etkilenmektedir. Algılanan değer, ilk satın alma kararında büyük öneme sahip olsa da, göreceli olarak memnuniyet ve tekrar satın almada daha az öneme sahiptir.

### Müşteri Memnuniyeti

Müşteri Memnuniyeti değişkeni; müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmet için edindiği tecrübe ile 'ne ölçüde memnun kalıp kalmadığı', 'beklentilerini ne ölçüde karşılayıp karşılamadığı' ve 'ideal ürün/hizmete ne ölçüde yakın olduğu' konularında yaptığı değerlendirmeleri içerir.

### Müşteri Şikayetleri

Müşteri şikayeti, belirli bir zaman dilimi içerisinde şirketlerin ürün veya hizmetleriyle ilgili problem yaşayan kişilerin oranı olarak hesaplanmaktadır. Memnuniyet müşteri şikayetleri ile ters orantılıdır.

Müşteri Şikayetleri değişkeni için; müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetler ile ilgili oluşan şikayetlerini üretici ve satıcılara kaç kez yazılı ve sözlü bildirdiği durumu sorulmaktadır.

### Müşteri Bağlılığı

Müşteri bağlılığı, şirketin ürünleri veya hizmetlerini farklı fiyatlarda satın alma eğilimi ile ilgili sorular aracılığıyla ölçülmektedir. Müşteri memnuniyetinin müşteri kaybedilmemesinde pozitif etkisi bulunmaktadır, ancak bu etkinin büyüklüğü şirketlere ve sektörlerle göre değişiklik göstermektedir.

15 Eylül 2014

# TMME BASIN BÜLTENİ



TMME hakkında daha fazla bilgi için: [www.tmme.org.tr](http://www.tmme.org.tr)