

## Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'nde 34. çeyrek sonuçları açıklandı: Ulusal Endeks 0,3 puan düştü

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2014 Yılı 1. Çeyrek sonuçlarına göre **Aygaz, iPhone, Vodafone, Turkcell, Domino's Pizza, Maximum Kart** ve **Türk Telekom** müşteri memnuniyetinde sektörlerinin lider markaları oldular.

81 ilde 6 bin 721 tüketici ile bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak ve özel ekonometrik analiz modeli ile belirlenen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksinin 34. ölçüm sonuçları açıklandı.

TMME çalışması kapsamında, 2014 yılının 1. çeyreğinde LPG Distribütörleri, Cep Telefonları, GSM Hizmetleri, Hızlı Servis Restoranları, Banka Kredi Kartları ve Sabit Telefon Hatları sektörleri ölçüldü.

TMME 2014 1. çeyrek sonuçlarına göre LPG Distribütörleri sektöründe **Aygaz**, Cep Telefonları sektöründe **iPhone**, GSM Hizmetleri sektöründe **Vodafone ve Turkcell**, Hızlı Servis Restoranları sektöründe **Domino's Pizza**, Banka Kredi Kartları sektöründe **Maximum Kart**, Sabit Telefon Hatları sektöründe ise **Türk Telekom** müşteri memnuniyetinde lider markalar oldular.

**LPG Distribütörleri sektörü, 2014 yılı 1. Çeyrek sektörleri arasında müşterilerini en çok memnun eden sektör oldu.**

2010 ile 2013 yılları arasında yükseliş gösteren LPG Distribütörleri sektörü, 2014 yılında, 2013 yılına kıyasla %1,2 gerileme göstererek 82 puana indi. LPG Distribütörleri sektöründe **Aygaz** birinci sırayı aldı. **Aygaz** geçtiğimiz yıldaki seviyesini 1 puanlık düşüş ile kısmen korurken, 2013 yılında Aygaz ile aynı seviyelerde seyreden **Mogaz&Lipetgaz** ve **BP Gaz** (2014 itibari ile BPGaz&Petgaz) 2014 yılında **Aygaz**'ın gerisinde kaldı.

**GSM Hizmetleri: Vodafone Ön Ödemeli Hat ve Turkcell Faturalı Hat 2014 yılının birincileri oldu.**

Haberleşme kategorisinde yer alan ilk sektör olan GSM Operatörleri sektöründe müşteri memnuniyeti 2013 yılına kıyasla %1,3 düşerek 73 puana geriledi. **Vodafone** Ön Ödemeli kategorisi ile **Turkcell** ise faturalı hattı ile mobil iletişim pazarında müşteri memnuniyeti birinciliğini paylaştılar.

**Sabit Telefon Hatları sektörü 2014 yılı itibarıyla Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi ölçümlerinde yer almaya başladı.**

Telekomünikasyon dünyasının önemli bileşenlerinden biri olan Sabit Telefon Hatları sektörü de 2014 yılının ilk çeyreği itibarıyla Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi ölçümlerinde yer almaya başladı. **Türk Telekom** 70 puan ile birinci sırayı alırken, Sabit Telefon Hatları sektöründe Türk Telekom dışında kalan diğer sabit hat hizmeti sağlayan firmaların “**Diğer**” adı altında birleştirilmesiyle oluşturulan kategori, 68 puanda seyretti.

**Cep Telefonları: iPhone liderliğini devam ettiriyor**

2013 yılının ilk yarısında cep telefonu satış oranlarında büyük bir yükseliş yaşandı, bir önceki seneye kıyasla %50'nin üzerinde artış görüldü. Bu yüksek satış rakamları 2013 yılı boyunca devam etti. 2014 yılı Şubat ayı itibarıyla cep telefonu satışlarının kredi kartı taksit uygulaması ile yapılması yasaklandıktan sonra 2013 yılındaki yüksek satış rakamları yerini büyük düşüşlere bıraktı. Ancak satış rakamlarındaki bu düşüşün sektörel memnuniyet puanını etkilemediği gözlemlendi. Cep Telefonları sektörü endeksi 2013 yılına kıyasla %2,7 artarak 76 puana yükseldi.

2014 ilk çeyreğinde **iPhone** 2013 yılında olduğu gibi, müşteri memnuniyeti endeksi sıralamasında birinci sırayı aldı.

**Hızlı Servis Restoranları endeksinde düşüş devam ediyor.**

Fast food ürünleri sektörünün müşteri memnuniyeti gerilemeye devam ediyor. Bir önceki seneye kıyasla ölçülen tüm markaların memnuniyet endekslerinde yaşanan düşüş sektörel endekse de yansdı ve Hızlı Servis Restoranları sektörünün endeksinde 2013 yılına kıyasla %1,3'lük bir düşüşe neden oldu.

**Domino's Pizza** sektör genelinde gözlenen düşüşe rağmen geçmiş 3 sene içerisinde elde ettiği birinciliği korudu.

**Kredi Kartları Sektörünün endeksi %1,3 gerileyerek 2012 seviyesine geri döndü.**

2014 yılının ilk çeyreği için TÜİK'in açıklamış olduğu hanehalkı tüketimi reel büyüme oranı artarken, BKM'nin (Bankalararası Kart Merkezi) açıkladığı kartla ödeme yapma oranları gerileme gösterdi ve bu gerileme kartlı ödemelerin hanehalkı tüketimine oranını da önceki dönemlere kıyasla geriye düşürmüştü. 2014 Şubat ayı itibarıyla taksitli satış düzenlemelerinin 2014 ilk çeyrek aylarındaki taksitli ödeme rakamlarına da negatif olarak etki ettiği görüldü. Yaşanan bu daralmanın Kredi Kartları sektörünün müşteri memnuniyeti endeksinde de yansıdığı görüldü. Sektörün TMME endeksi %1,3 düşerek 71 puana geriledi.

Sektör genelinde yaşanan bu düşüşe karşın **İş Bankası Maximum Kart** Kredi Kartları sektöründe müşteri memnuniyeti liderliğini koruyarak müşterilerini en çok memnun eden marka oldu.

### **GSM Operatörleri sektörü Türkiye’de müşterilerini daha fazla memnun ediyor.**

ABD skorlarıyla karşılaştırıldığında, GSM operatörleri sektörlerinin müşteri memnuniyetinin Türkiye’de daha yüksek olduğu görüldü. Cep Telefonları sektöründe müşteri memnuniyeti her iki ülke için aynı seviyede seyrederken, Hızlı Servis Restoranları sektörü ve Sabit Telefon Hatları sektörü memnuniyet skorlarının ise ABD’de Türkiye’den daha yüksek olduğu görüldü.

Türkiye Kalite Derneği (KalDer) ve uluslararası araştırma kuruluşu KA Araştırma Limited ortak girişimi tarafından yürütülen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2013 yılı 1. çeyrek sonuçlarına göre **2013 yılı son çeyreğinde 76,6 olarak ölçülen ulusal müşteri memnuniyeti endeksi, 2014 yılının 1. çeyreğinde 0,3 puan düşerek 76,3 puan oldu.** Aynı dönemde Amerikan Müşteri Memnuniyeti Endeksi de 0,6 puan düşerek 76,2 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 1. çeyrekte Türkiye çapında 81 ilde 6 bin 721 tüketiciyle görüşülerek 23 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**, 34. çeyrek sonuçları açıklanan TMME çalışmasının Türkiye’de çok önemli bir görevi yerine getirdiğinin altını çizdi. Ulusal endeks çalışması kapsamında sekiz 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 Q1/2014** endeks sonuçları, **09/Nisan/2014 - 23/Haziran/2014** tarihleri arasında, TMME ortak girişim kurucuları, **Türkiye Kalite Derneği** ve **KA Araştırma Limited** tarafından, 81 vilayette 6.721 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.*



**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.

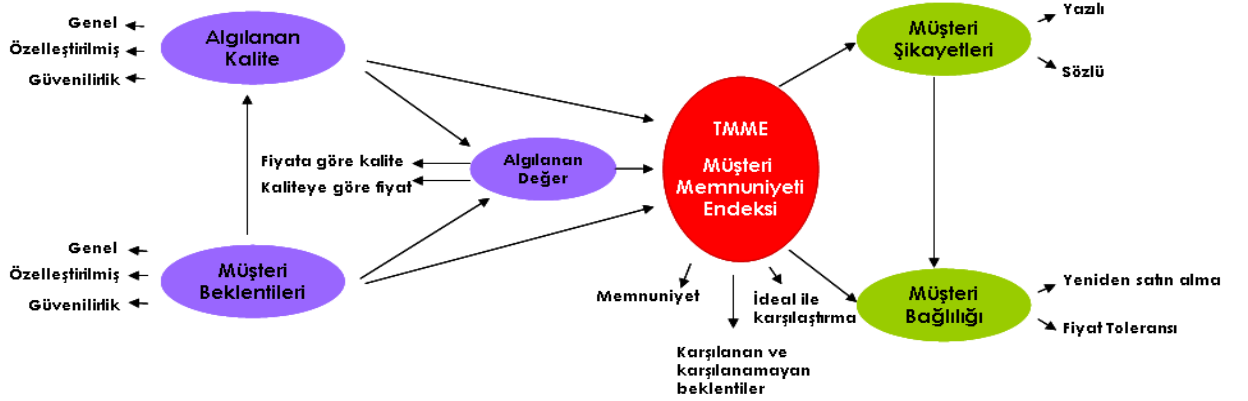
TMME'nin anket formu, müşteri tespit formları, uygulama modeli, endeks tespiti, istatistik ve ekonometrik analiz ve değerlendirme çalışmaları, tüm dünyada ana model kabul edilen ulusal endeks modelini yaratan, lisans sahibi CFI-Claes Fornell International ile ABD Müşteri Memnuniyeti Endeksi çalışmalarını (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 karşılaşacağı) 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 karşılaşacağı) 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 sektörlere göre değişiklik göstermektedir.

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