

2 Mart 2016, Çarşamba

## Müşterinin Sesine Kulak Verin !!

**Türkiye ekonomisinde önemli yeri olan 12 sektörde 15.000’i aşkın müşteriye kulak veren TMS – Türkiye Müşterinin Sesi Çalışması, sektör oyuncularına sadık müşterilerini nasıl koruyacağına ve yenilerini nasıl kazanacağına dair yön veriyor.**

**KalDer ve Ipsos**, Türkiye’de sektörlerdeki müşteri bağlılıklarını ölçmeye ve geliştirmeye odaklanan; aynı zamanda güçlü bir ekonomik göstere olacak ulusal bir değerlendirme sistemi ihtiyacından yola çıkarak Türkiye Müşterinin Sesi (TMS) çalışması için bir araya geldi.

Araştırmanın temel amacı; firmaların, müşterileri gözüyle, bağımsız bir çalışma çerçevesinde ölçümlenmesi ve ölçümlenen sektörlerle ışık tutmak...

**Finansal getirileri dikkate alındığında, sadık müşteriler firmalar için vazgeçilmez olmalı.**

Bir markanın sadık müşteri oranındaki yükseliş, kayıp müşterilerinin azalması ve mevcut müşterilerin harcamalarının artması yoluyla markanın gelirinde somut bir artış sağlıyor<sup>1</sup>.

**Ipsos CEO’su Sidar Gedik konuyla ilgili şunları iletti:** “Türkiye Müşterinin Sesi araştırması, bugüne ve yarına dair müşterinin sesini ortaya koymak için hazırlandı. 2015 yılı için 12 sektörde markaların performansına ışık tuttuk ve sonuçlarımızı kamuoyu ile paylaşarak şirketlerimizin müşteri sadakatine yönelik aksiyonlarına katkı sağlamaktan mutluluk duyuyoruz.”

**Konuyla ilgili KalDer Yönetim Kurulu Başkanı A. Hamdi Doğan şunları iletti:** “TMS projesi ile, ölçümlenen sektörlerde, kalite bilincini geliştirmek, yaygınlaştırmayı sağlamak ve mükemmel markalar yaratmak hedefleniyor. Kuruluşların tüm süreçlerinde sürekli iyileşmeyi esas almalarının önemini vurguladık. “Ölçmediğinizi iyileştiremezsiniz. Ölçmek anlamak ve bilmektir. Bilmek yönetmektir.” doğrusundan hareket ettik. Başarının sırrının büyük ölçüde müşteri memnuniyetine dayandığı günümüzde, markaların kendilerinin ve rakiplerinin konumlarını bilmelerinin sağlıklı bir analiz ve doğru iyileştirme fırsatını sunacağına inanıyoruz .”

**Ipsos Loyalty Genel Müdürü Hasan Çalışkan, TMS Araştırmasının sonuçlarını ve lider markalarını açıkladı ve şu değerlendirmeleri iletti:** “Araştırmanın en önemli çıktılarından biri olan **Türkiye Müşterinin Sesi Endeksi**, Ipsos Global’in Ar-Ge çalışması sonucunda, 30 farklı ülkede 26’yı aşkın sektörde ölçümlenmiş karşılaştırmalarla sağlaması yapılmış bir modeli esas alıyor. Sonuçlar Ipsos Global tarafından hesaplanıyor.

<sup>1</sup> Kaynak: Ipsos Loyalty 2010 yılı Araştırması



## TÜRKİYE MÜŞTERİNİN SESİ

Ipsos Global'in yaptığı araştırmaya göre bu endeksteği üç puanlık bir yükseliş:

- Kayıp müşteri oranını %2.4 azaltırken,
- Müşterilerin ortalama harcamalarını %6.5 arttırıyor.
- Firmanın gelirinde toplamda %9.1'lik bir artış yaratıyor.

TMS endeksinin, müşterilerin davranışını «tavsiye etme » ve «gelecekte markayı kullanma/ tercih etme niyeti» gibi sıkça kullanılan metriklerinden daha iyi açıkladığını görüyoruz.”

### Araştırma Detayları

Davranışsal ve tutumsal unsurları içeren **TMS – Türkiye Müşterinin Sesi Araştırması** kapsamında aynı zamanda Sosyal Dinleme Analizi de yapılıyor. Böylelikle markaların sosyal medya verileri hem sayısal olarak hem de kalitatif uzmanlarca analiz ediliyor ve TMS Araştırması kapsamında raporlanıyor.

TMS kapsamında 2015 yılında toplam 12 sektör ölçümlendi.

- Akaryakıt istasyonları
- LPG otogaz
- Beyaz eşya
- Binek otomobil
- Hızlı servis restoranları
- GSM Operatörleri
- Havayolları
- İnternet Servis Sağlayıcılar
- Sigorta / Bireysel emeklilik
- Süpermarket / İndirim marketleri
- Televizyon
- Tüplü gaz





**TÜRKİYE MÜŞTERİNİN SESİ**

## **TMS 2015'de Ölçümlenen Sektörlerin Lider Markaları Şunlardır:**

### **1. AKARYAKIT İSTASYONLARI**

- Sektörde skor üretilen markalar: BP, Opet, Petrol Ofisi, Shell
- Akaryakıt istasyonları sektöründe 2015 yılında müşteri bağlılık seviyesi en yüksek marka **OPET** oldu.

### **2. LPG OTOGAZ**

- Sektörde skor üretilen markalar: Aygaz, BP, Opet, Petrol Ofisi, Shell
- LPG sektörünün Otogaz ayağında müşteri bağlılık seviyesi en yüksek marka **AYGAZ** olmuştur.

### **3. BEYAZ EŞYA**

- Sektörde skor üretilen markalar: Arçelik, Bosch, Beko, Profilo, Samsung, Vestel
- Beyaz eşya sektöründe müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan marka **BOSCH** olmuştur.

### **4. BİNEK OTOMOBİL**

- Sektörde skor üretilen markalar: Fiat, Hyundai, Toyota, Opel, Renault, Volkswagen
- Binek otomobil sektöründe müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan marka **VOLKSWAGEN** olmuştur.

### **5. HIZLI SERVİS RESTORANLARI**

- Sektörde skor üretilen markalar: Bay Döner, Burger King, Domino's Pizza, HD İskender, McDonald's
- Müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan marka **HD İSKENDER** olmuştur.

### **6. GSM OPERATÖRLERİ**

- Sektörde skor üretilen markalar: Avea, Turkcell, Vodafone
- Bu sektörde müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan marka **TURKCELL** olmuştur.

### **7. HAVAYOLLARI**

- Sektörde skor üretilen markalar: Atlasjet, Onur Air, Pegasus, Türk Hava Yolları
- Bu sektörde müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan marka **TÜRK HAVA YOLLARI** olmuştur.

### **8. İNTERNET SERVİS SAĞLAYICILARI**

- Sektörde skor üretilen markalar: TTNET, Turkcell Superonline
- Müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan marka **TURKCELL SUPERONLINE** olmuştur.





## TÜRKİYE MÜŞTERİNİN SESİ

### 9. SİGORTA / BİREYSEL EMEKLİLİK

- Sektörde skor üretilen markalar: Aksigorta, Allianz Sigorta, Anadolu Hayat Emeklilik, Anadolu Sigorta, Avivasa, Axa Hayat Emeklilik, Garanti Emeklilik
- Kasko, konut, sağlık sigortası gibi hayat dışı sigortaların yer aldığı elementer sigorta firmaları arasında müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan firma **AKSİGORTA** olmuştur.
- Müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan Bireysel Emeklilik ve Hayat sigorta firması ise **ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK** olmuştur.

### 10. SÜPERMARKET / İNDİRİM MARKETLERİ

- Sektörde skor üretilen markalar: A101, BİM, Carrefour, Migros, Şok
- Müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan indirim marketi ise **BİM** olmuştur.
- Müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan süpermarket markası **MİGROS** olmuştur.

### 11. TELEVİZYON

- Sektörde skor üretilen markalar: Arçelik, Beko, LG, Sony, Samsung, Vestel
- Müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan televizyon markası **SAMSUNG ve LG** olmuştur.

### 12. TÜPLÜ GAZ

- Sektörde skor üretilen markalar: Aygaz, İpragaz, Milangaz, Mogaz
- Bu sektörde müşteri bağlılık seviyesi en yüksek olan tüplü gaz markası **AYGAZ** olmuştur

## Araştırma Künyesi

TMS - Türkiye Müşterinin Sesi Endeksi, davranışsal (geçmiş ) ve tutumsal (gelecek) unsurları içeriyor.

#### Davranışsal unsurlar:

- Kategoride kullandığı / tercih ettiği markalar
- Tercihlerinde değişim söz konusu oldu mu?

#### Tutumsal unsurlar:

- Marka rakiplerine göre ne kadar cazip/tercih edilebilir?
- Tekrar satın alma niyeti / kullanmaya devam niyeti

Türkiye Müşterinin Sesi Araştırması, TMS endeksini nasıl geliştirileceğine dair de gerek sektörün geneline, gerekse markalara stratejik aksiyonları sayısal hale getiriyor.





## **TÜRKİYE MÜŞTERİNİN SESİ**

- Görüşmeler, bilgisayar destekli telefonla görüşme yöntemiyle (CATI) gerçekleştiriliyor. Müşterilere tesadüfi cep telefonu numarası çevirme yöntemiyle ulaşıyor.
- Araştırmanın hedef kitlesi, 18 yaş ve üzeri bireysel müşterilerdir.
- Her sektörde, yıllık boyunca gerçekleştirilen 3.000 görüşme üzerinden raporlanıyor.
- Veriler yıl boyunca toplanarak, mevsimsel etkilerden uzak durması amaçlanıyor.
- Sektörlerde pazar payı %5 üzeri markalar için skor üretilmekte ve karşılaştırma sağlanabiliyor.

Araştırma kapsamında, yıl boyunca sektörle ilgili sosyal medyada paylaşılan konular “sosyal dinleme” modeli sayesinde analiz edilir. Analiz sonucunda, sektörle ilgili müşterilerin neleri-hangi platformlarda-hangi tonda konuştukları incelenir. Sosyal medya verileri sadece sayısal olarak değil, kalitatif uzmanları tarafından incelenerek yorumlanır.

### **Araştırmada 2016 yılında:**

- 30.000’i aşkın müşteriye temas edilmesi,
- Ölçümlenen sektör sayısının artırılması,
- Yarıyıl için sonuç alınabilecek, dolayısıyla yıl ortası aksiyon alınmasına da olanak sağlayacak bir model firmaların hizmetine sunulacak.

### **KalDer Hakkında:**

KalDer, çağdaş yönetim kalitesi felsefesinin ülkemizde etkinlik kazanması ve yaygınlaştırılması amacıyla 1990 yılında kurulmuştur. Ankara, Bursa, Eskişehir, İzmir olmak üzere 4 şubesi, İzmit, Çerkezköy ve Kayseri olmak üzere 3 temsilciliği vardır.

KalDer’in vizyonu, Cumhuriyetimizin 100. Yılında sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı çerçevesinde ülkemizi çağdaş yaşam düzeyine ulaştırmak amacı ile Türkiye’nin tüm bölgelerinde mükemmellik kültürünü içselleştirmiş, rekabetçi kurum ve kuruluşlar yaratılmasına katkıda bulunmaktadır.

KalDer, Avrupa Kalite Yönetim Vakfı (EFQM)’nin Ulusal İşbirliği Ortağı, Amerika Kalite Derneği’nin küresel işbirliği ortağı (ASQ), Orta Doğu Kalite Organizasyonu’nun (MEQA) kurucu üyesi, The Global Compact Küresel İlkeler Sözleşmesi’ni Türkiye’de imzalayan ilk kuruluş ve aynı zamanda Turquality’nin Akredite ettiği Kalite ve Yönetim Sistemleri Danışmanlığını yapmaktadır.

KalDer’in ana faaliyetleri arasında Türkiye Mükemmellik Ödülü, kalite ve yönetim alanındaki eğitimleri, Kalite Kongresi ve Kamu Kalite Sempozyumu, Kıyaslama çalışmaları, Ulusal Kalite Hareketi ve Türkiye Müşterinin Sesi Ödülleri bulunmaktadır.

### **Ipsos Hakkında:**

Ipsos, dünyanın lider araştırma şirketlerinden Ipsos Grubunun bir parçası olarak reklam, müşteri ve çalışan memnuniyeti, pazarlama, medya, kamuoyu araştırmaları ve geleceği tahmin, modelleme ve danışmanlık uzmanlıkları sunan global bir pazar araştırma şirkettir. 500’e yakın çalışanı ile Türkiye’nin en büyük araştırma şirkettir.

Kendisini tutkulu araştırmacıların ve araştırmanın evi olarak tanımlayan Ipsos, TÜİK’den sonra ülkemizin en fazla araştırmacıya sahip olan kuruluşudur. Deneyimli araştırmacıları ile müşterilerinin işlerini geliştirmeleri için, ilk yaratıcı aşamadan, marka / hizmet / ürün gelişme evrelerine kadar olan tüm süreçte ileri araştırma araçlarıyla, yüksek kalitede çözüm üretir. Ipsos, hızlı tüketim, perakende, dayanıklı tüketim, sağlık, teknoloji, finans, otomotiv, medya, turizm ve daha pek çok alanda müşterileri ile çözüm ortağı olarak çalışır.





## TÜRKİYE MÜŞTERİNİN SESİ

Ipsos, uzmanlarının bilgi ve tutkuları sayesinde; dünyayı, onun değişimini ve insanları anlayıp deşifre ederek, 40 yılı aşkındır markaların yanında yer almaktadır. Dünyanın değişme hızından ilham alan Ipsos, hız, yalınlık, güvenlik ve içerikte sağlamlıkla doğru ve karşılığı olan içgörüyü markalara sunmaktadır.

ISO 20252 ve Güvenilir Araştırma Belgesi (GAB) sahibi olan Ipsos, çalışmalarını bu kalite standartları ve ESOMAR kuralları çerçevesinde yürütür.

Türkiye Müşterinin Sesi çalışmasını Ipsos Loyalty yürütmektedir. Ipsos'un müşteri deneyimi, deneyim tasarımı, müşteri memnuniyeti ve bağlılığını ölçümlemeye yönelik çalışmalarına odaklanan, bu yolla müşterilerine değer katan özel birimdir.

