



Abdullah Bozgeyik
Bağımsız Danışman
Öğretim Görevlisi
abozgeyik@yahoo.com

Müşteri İlişkileri Yönetimi Bir Felsefedir

Bazen firmalarda bazı yöneticilerle yaptığımız sohbetlerde "hocam CRM artık pek de firmaların gündeminde değil. Biz de bir zamanlar heves ettik ama pahalı geldi" diyenler ve dahası üzerine ek olarak da "CRM'in yerine başka şeyler gelmiş diye "bazen PRM, bazen CEM, bazen de başka bir kelime" örneklerini verenler oluyor. Bu kelime yine ve çoğunlukla İngilizce oluyor. Bu tür yaklaşımda bulunanlara "öncelikle CRM yani Müşteri İlişkileri Yönetimi" nedir iyi aklamak lazım diyorum. Çünkü bazılarınca firmalara CRM diye sadece bazı yazılımların anlatıldığı, önlerine büyük maliyetler konulduğu için gözlerinin korkutulduğu dolayısıyla bu yanlış anlama ve genelde yaşanan başarısız örnekler üzerine "CRM" için bir tercih yani olmazsa da olur düşüncesinin yöneticilerce dile getirilme durumu ne yazık ki yeni değil. Üniversitelerin MBA programlarında 2001 yılından bu yana "CRM" dersi veriyorum. Konuya özel iki kitabımın yanında bunca yıldır verdiğim eğitim ve yazdığım yazının sayısını da hatırlamam mümkün değil.

Bana göre "CRM; hem ön ofis (pazarlama, satış ve müşteri servisi) hem back office (muhasabe, üretim ve lojistik) uygulaması olmakla kalmayıp aynı zamanda hem de diğer tüm bölümler, müşteriler ve iş ortakları ile koordinasyonu ve işbirliğini sağlayan müşteri merkezli bir ilişki yönetimi felsefesidir."

CRM'i doğru anlamak için önce bileşenlerine yani "Müşteri", "İlişki" ve "Yönetim" kelimelerine değinmek istiyorum. Her şeyden önce CRM'in birinci bileşeni "Müşteri"yi doğru tanımlamak gerekir. Sözlüklerde Müşteri; Düzenli olarak veya tekrar tekrar satın alan kişi, alıcı, ticaret yapan kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımları biraz inceleyecek olursak; sizden bir defa bir şey satın alan kişi sonuza dek sizin müşteriniz değildir. Bu eylemi devamlılık göstermezse sizin için ancak satın aldığı zaman birimi içinde müşteri sayılabilir. İncelememize devam edecek olursak, İngilizce sözlüklerde müşteri "Customer" kelimesi karşısında "Buyer", "Purchaser", "Client" hatta "Patient" ve "Guest"

kelimeleri ile karşılaşmaktayız. Müşterilerinizi bir de bu kelimelerle inceleyelim. Buyer; Ürün satın alan, sahip olan, kontrol eden, ele geçiren, değerli bir şeyi düşük fiyatla alan kişi, Purchaser; Ürün satın alan, alıcı, edinen, ihtiyacını gideren kişi, Client; Servis, hizmet veya bilgi satın alan, yardım isteyen, tavsiye isteyen, bağlı olan, profesyonel bir kişi veya kuruluşa örneğin; avukat, kuaför, danışman veya sosyal hizmetler sunan kurum veya özel kuruluşlar vb. gerçek veya tüzel kişilere ödeme yapan kişi olarak tanımlanmaktadır. Kısaca "Buyer", "Purchaser", "Client" hatta "Patient" ve "Guest" karşılığı olarak dilimizde genel kullanımda "Customer -Müşteri" iken özellikle "Hasta" ve "Konuk" durumunda olan müşterilere klasik tanımla "müşteri" denilmemektedir.

Bu aşamada CRM'in kapsam olarak içerdiği iş ortakları, kanal, bayilerle olan ilişkilerin yönetilmesinin ise PRM yani Partner, İş ortağı İlişkileri Yönetimi olarak tanımlandığını hatırlatmakta yarar var. Bazı sağlık kuruluşlarınca "Hasta" ilişkileri için de tanım olarak "P (patient)RM" kullanılmakta ama sanki bu yeni bir şeymiş gibi de yanlış söz konusu. Hele bir de pazarlamadaki başarısızlıklar üzerine CRM dememek ama benzetmek için Ürün İlişkileri Yönetimi (PRM) demek hatalıdır. Bir başka örnek ise "PR" yani "Halkla İlişkiler" için yönetimi CRM yerine kullanma yanlışlığı var. Öte yandan "Patient" odaklı CRM veya "Guest" CRM uygulama ve projelerinde biz özellikle "müşteri" dememeye gayret ediyoruz hatta hastayı müşteri gibi gören hastaneleri de (yöneticilerini) yaptıkları teknik hatadan dolayı uyarıyoruz. Ne yazık ki bazı firmalarda ve ÇM'lerde bu ayrımın farkında olmayan çalışanlar olabiliyor. Bu ise bireysel veya kurumsal boyutta daha çok sektördeki eğitime yaklaşım sorunundan kaynaklanabiliyor. Bir diğer fark ise söz konusu gruplardaki müşteriler için "satış" değil "memnuniyet" odaklı çalışmalar yapıyoruz. Böylece "bağlılık ve sadakat" söz konusu olabiliyor. CRM'in sağlık sektöründe tam anlamıyla kullanılması sadece sektöre değil herkese yarar sağlayacaktır. Şöyle ki kişiye, CRM

kapsamında "Hasta ilişkileri" yaklaşımıyla odaklandığımızda öncelikle ona her aşamada yardımcı olmak öne çıkar. Hastalık söz konusu olduktan sonra çeşitli hizmetleri vermek bu nedenle yeterli değil. Günümüz teknolojiyle, çipler ve yazılımlar aracılığıyla kişileri her aşamada (uyurken bile) sağlık açısından kontrol etmek mümkün. Bu aşamada biraz ürkütücü geliyor ve söylenen "Big Brother" sendromunu tetikleyebilir ama konuya kaza sonrası acil müdahale süreci, yaşlı, engelli, hamile ve çocuklar açısından baktığımızda "kalp, tansiyon, kanser gibi kontrol altında tutulması gereken hastalıklar" söz konusu olduğunda, dahası kişisel mahremiyet ve izine dayalı işlem yapılması durumunda bu sorun ortadan kalkacaktır.

Genel hizmetler açısından "doktor bilgilerinin verilmesi, randevu, tetkik sonuçlarını anlaşma kurumları, fiyat bilgilerini, kampanya bilgilerini paylaşma ve hasta taburcu olduktan sonra da memnuniyet araması yapılabilir. Hasta ile ilgili geçmiş sağlık verilerinin tam olarak CRM sisteminde olması acil müdahale anında hayat kurtarabilecektir. Hastanelerin birden fazla lokasyonda olması durumunda hasta hangisine gitse kişisel bilgileri kullanılabilir. Tam bu noktada bu konuda bir "Pizza siparişi" fıkrası var, fıkradan netten ("pizza sipariş fıkrası" aramasıyla) bulunabilir. Öte yandan hasta kadar hasta yakınları da arama sırasında psikolojik gerilimli olması ÇM'de işleri biraz zorlaştırıyor ama bunun da çözümü yine eğitimden geçiyor. Empati ise çok önemlidir. Satış kapsamlı CRM uygulamaları ise bu sektörde yasak bir tarafa mesleki etik açısından da kullanılmamalıdır.

Birkaç yıl önce bir etkinlikte bir sunumun başlığı "CRM öldü yaşasın CEM" idi sanırım. Bu arada CEM; Customer Experience Management yani Müşteri Deneyim yönetimi anlamına gelmektedir. Sunumları sonrası sohbet ederken arkadaşlara hayırdır dikkat çekmek için mi böyle bir başlık kullandınız yoksa birileri sizi yanılttı mı diye sormuştum. Çünkü "CEM" de CRM içinde olan bir kavramdır. Bir sonraki yazımda ÇM çalışanlarının ve sektörün bazı sorunlarına değineceğim.