



TEPE DESTEK

MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ

AJANDA



- Müşteri Deneyimi Yönetimi Proje Adımları
- Müşteri Deneyimi Yönetimi Proje Zaman Planı
- Müşteri Deneyimi Yönetimi Projesi İçerik Detayları

- | | | | |
|-------|---|----|---|
| Faz-1 | { | 1. | Üst Yönetime Online Müşteri Deneyimi Eğitimi |
| | | 2. | Müşteri Deneyimi Analiz ve Yol Haritası Danışmanlığı |
| | | 3. | Deneyim Elçileri için Fiziksel Müşteri Deneyimi Eğitimi |
| | | 4. | Müşterinin Sesi / KPI Framework Danışmanlığı |
| Faz-2 | { | 5. | Kritik Departmanlara Online Müşteri Deneyimi Eğitimi |
| | | 6. | Müşteri Yolculuk Haritaları Danışmanlığı |
| Faz-3 | { | 7. | Müşteri Deneyimi Yönetişim Modeli Danışmanlığı |
| | | 8. | Müşteri Deneyimi Koçluğu / Yol Arkadaşlığı |

MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ PROJE ADIMLARI

Projelerin amacı Tepe Destek Hizmet'lerinde müşteri deneyimi farkındalığı yaratmak, merkezi bir yapılanma ile tüm şirketlerin tek bir müşteri vaadini sunmasını sağlamak, müşteri deneyimi ölçümlerini doğru, sağlıklı ve standart bir şekilde yapmak, son olarak şirketlerdeki çalışanların daha müşteri odaklı olmasını sağlamaktır. Bu amaçla aşağıdaki adımlar sırasıyla ve 3 fazda hayata geçirilecektir. Paralel devam eden çalışmalar da olacaktır.

1. Üst yönetim için online, 3 saatlik bir eğitim yapılması (Benchmark'lar ve şirketlerden örneklerle)
2. Tepe Destek Hizmetlerinde mevcut durum (As-Is) analizinin yapılması ve önerilerin sunulması
3. Şirketlerden seçilen deneyim elçileri için 2 günlük fiziksel müşteri deneyimi eğitiminin verilmesi
4. Müşteri deneyimi ölçüm metodolojisinin, anket kurallarının belirlenmesi ve Pisano ile birlikte hayata geçirilmesi
5. Kritik departmanlardaki çalışanlar için 1 günlük online "Müşteri Deneyimi Uyumlama Eğitimleri"nin verilmesi
6. Şirket bazında müşteri deneyimi yolculuk haritalarının çıkarılması (7 müşteri yolculuk haritası)
7. Merkezi müşteri deneyimi yapılanmasının rol ve sorumluluklarının belirlenmesi
8. Müşteri deneyimi koçluğu / yol arkadaşlığı ile projelerin düzenli takibi ve yönlendirilmesi

MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ PROJE ZAMAN PLANI

Proje Adımları		M1	M2	M3	M4	M5	M6
Faz-1	1. Üst Yönetim Online CX Eğitimi						
	2. Mevcut Durum Analizi Danışmanlığı						
	3. Deneyim Elçileri için 2 Günlük Fiziksel CX Eğitimi						
	4. Müşterinin Sesi / KPI Framework Danışmanlığı						
Faz-2	5. Kritik Departmanlara 1 Günlük Online CX Eğitimleri						
	6. Müşteri Yolculuk Haritaları Danışmanlığı						
Faz-3	7. Müşteri Deneyimi Yönetişim Modeli Danışmanlığı						
	8. Müşteri Deneyimi Koçluğu/Yol Arkadaşlığı						

MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ PROJESİ

FAZ – 1

1. ÜST YÖNETİME ONLINE MÜŞTERİ DENEYİMİ EĞİTİMİ

Eğitimin amacı üst yönetimin müşteri deneyimi bakış açısını hizalamak, en iyi örnekleri onlarla paylaşmak, Tepe gruptaki mevcut durumu gözler önüne sermek ve öncelikle deneyim elçilerinin belirlenmesi, devamında da diğer projelerde desteklerini almak için onları motive etmektir. Eğitim interaktif olarak ilerlenecek ve her adımda katılımcılardan yorumlar alınacak, sorularla onların eğitime katılımı sağlanacaktır. Katılan herkese imzalı “Müşteri Her Zaman Deneyim İster” kitabı hediye edilecektir. Draft akış aşağıdaki gibidir:

- Müşteri Deneyiminin Gelişimi ve Günümüzdeki Önemi
- En İyi Müşteri Deneyimi Sunan Global-Yerel Firmalar ve Sırları
- Müşteri Deneyiminin Şirket Finansallarına Etkisi
- Müşteri Deneyimi Stratejisi ve Müşteri Odaklı Kültür Yaratmak
- Müşteri Odaklı Kültürde Üst Yönetimin Rolü
- Tepe Destek Hizmetlerinden Müşteri Deneyimi Mevcut Durum Paylaşımları
- Beklentilerimiz ve Kapanış

2. MÜŞTERİ DENEYİMİ ANALİZ VE YOL HARİTASI DANIŞMANLIĞI

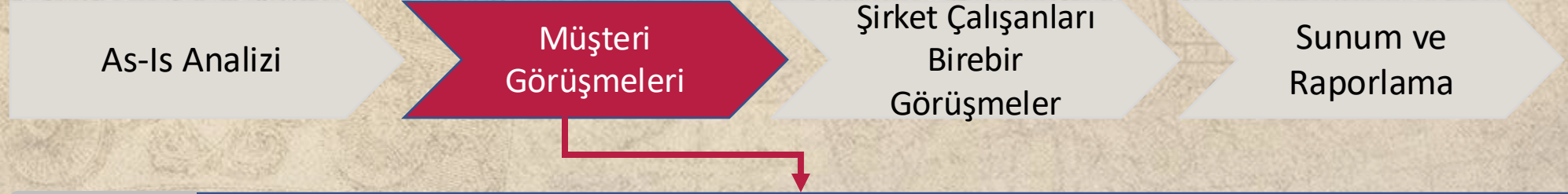


1. Müşteri Deneyimi ile ilgili yapılan tüm çalışmaların alınması ve incelenmesi
2. Müşteri deneyimi raporlarının ve ilgili sistemlerdeki dashboard'ların incelenmesi
3. Projeyi yönetecek olan kişi veya kişilerle toplantılar yapılarak proje zaman planı üzerine el sıkışılması



1 Hafta

2. MÜŞTERİ DENEYİMİ ANALİZ VE YOL HARİTASI DANIŞMANLIĞI



1. Belirlenecek olan müşterilerin ilgili temsilcileriyle görüşerek Tepe Destek Hizmetleri'nin onların nezdindeki deneyimi tespit etmek (en çok şirketi kullanan 12 müşteri ile 45'er dakikalık görüşmeler yapılacaktır)
2. Hazırlanan soru formu ile müşteri deneyiminin tüm başlıklarının müşterilerde nasıl yaşatıldığını tespit etmek
3. Yapılan görüşmelerle birlikte gelişim önerileri çıkarmaya başlamak



1 Hafta

2. MÜŞTERİ DENEYİMİ ANALİZ VE YOL HARİTASI DANIŞMANLIĞI

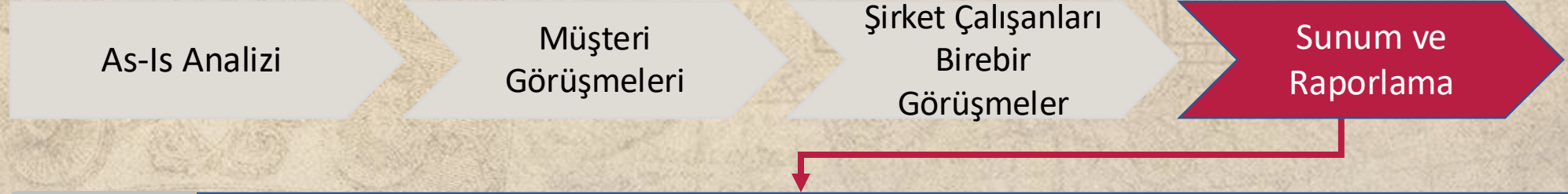


1. Belirlenecek olan müşteri deneyimi için kritik paydaşlarla birebir görüşmelerin yapılması (En fazla 12 çalışan ile 45'er dakikalık görüşmeler)
2. Şirket içindeki müşteri deneyimi algısının, bakış açısının ve olgunluk seviyesinin çalışanlar tarafından tespiti
3. Kritik paydaşlardan alınan geri bildirimler ile müşteri odaklılığı artırıcı ve müşterinin sesinin paydaşlar tarafından sahiplenilmesini sağlayacak projelerin belirlenmesi



1 Hafta

2. MÜŞTERİ DENEYİMİ ANALİZ VE YOL HARİTASI DANIŞMANLIĞI



1. İncelenen dokümanlar, müşteriler ve çalışanlarla yapılan görüşmeler harmanlanacak, aşağıdaki başlıklarda bulgular ve öneriler benchmarklarla birlikte paylaşılacaktır:
 1. Müşteri Deneyimi Stratejisi ve Müşteri Vaadi
 2. Müşterinin Sesini Dinleme ve Buna Göre Hareket Etme
 3. Ana Müşteri Deneyimi Metrikleri ve Ölçüm Yöntemleri
 4. Müşteri Yolculukları ve Müşteri Odaklı Süreç Yönetimi
 5. Şirkette Müşteri Odaklı Kültürü Geliştirme ve Organizasyonel Yapı
2. Rapor üst yönetim ve proje ekibine sunulacaktır.
3. Raporda belirtilen aksiyonlar önceliklendirilmiş şekilde iletilecektir.

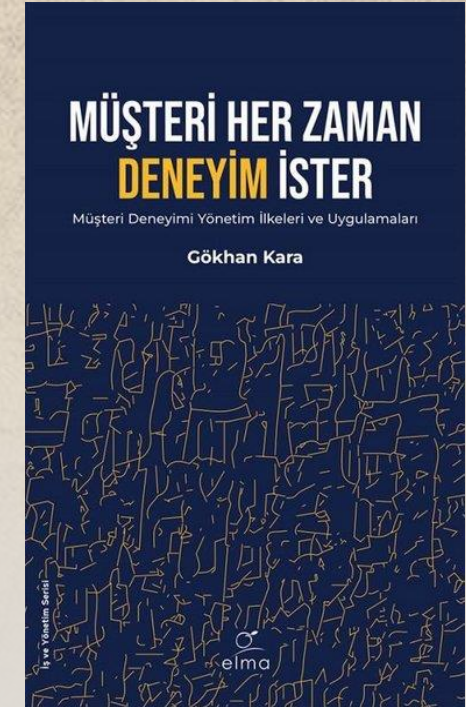


1 Hafta

3. DENEYİM ELÇİLERİ İÇİN FİZİKSEL MÜŞTERİ DENEYİMİ EĞİTİMİ

Eğitim seçilen deneyim elçilerinin müşteri deneyimi bayrağını bulundukları yerde taşıırken bilgi ve bakış açılarını artırmak amacıyla tasarlanmıştır. Müşteri deneyiminin tüm başlıkları, özellikle de şirkette müşteri odaklı olmak bu eğitimde örneklerle ve uygulamalarla detaylandırılacaktır. Eğitim 2 gün sürmektedir. Katılan herkese imzalı “Müşteri Her Zaman Deneyim İster” kitabı hediye edilecektir. Draft akış aşağıdaki gibidir:

- Deneyim Dünyası ve Müşterilerin Dönüşümü
- Müşteri Deneyimi (CX) Nedir, Ne Değildir ve Neden Önemlidir?
- Yeni Dünyada Müşteri Deneyimi (En İyi Örnekler ve Trend’ler)
- Müşteri Deneyimi Yönetim Modelleri
- Müşteri Odaklı Kültür Yaratmak / Benchmark: Ritz-Carlton
- Müşterilerin Beklenti ve İhtiyaçlarını Anlamak ve Karşılama
- Müşteri Odaklı Ürünler ve Süreçler Tasarlamak
- Müşteri Yolculuk Haritası ve Uygulama
- Davranışsal Ekonomiye Giriş ve Bazı Bilişsel Yanlılıklar
- Duygusal Deneyimi Yöneterek Müşterileri Şirkete Bağlamak
- Soru & Cevap ve Kapanış



4. MÜŞTERİNİN SESİ / KPI FRAMEWORK DANIŞMANLIĞI

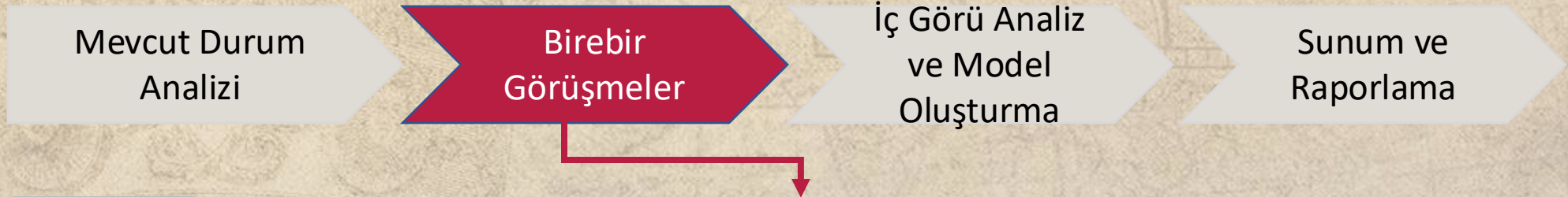


1. Daha önce yapılan kalitatif araştırmaların ve kantitatif ölçümlerin raporlarının incelenmesi
2. Mevcuttaki anketlerin, soruların ve müşteri yolculuklarının incelenmesi
3. Projeyi yönetecek olan kişi veya kişilerle toplantılar ve proje zaman planı üzerine el sıkışılması



1 Hafta

4. MÜŞTERİNİN SESİ / KPI FRAMEWORK DANIŞMANLIĞI



1. Birebir görüşmelerde kullanılacak soru setinin hazırlanması
2. Müşteri deneyimi ölçümünde ve müşteri deneyimi projelerinin ölçümünde kritik olan departmanlardaki ilgili kişilerle birebir görüşmelerin yapılması (Maksimum 12 kişi ile 45'er dakikalık görüşmeler yapılacaktır)
3. Görüşmeler sonrasında iç görülerin çıkarılması



1 Hafta

4. MÜŞTERİNİN SESİ / KPI FRAMEWORK DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Birebir
Görüşmeler

İç Görü Analiz
ve Model
Oluşturma

Sunum ve
Raporlama



1. Yapılan görüşmeler ve incelenen dokümanlar sonrasında Tepe Destek Hizmetleri için en uygun olacak olan KPI Framework'ün çıkarılması.
2. Her bir yolculuk için ölçülmesi gereken müşteri ve operasyonel metriklerin belirlenmesi
3. Metriklerin skalalarının, soru formlarının (müşteri metriği ise), ne zaman, hangi müşteriyle, hangi yöntem ile sorulması gerektiğinin ve iletişim kurallarının belirlenmesi
4. Her bir metrik için sorumlu grup ve hedeflerin el sıkışılması



1 Hafta

4. MÜŞTERİNİN SESİ / KPI FRAMEWORK DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Birebir
Görüşmeler

İç Görü Analiz
ve Model
Oluşturma

Sunum ve
Raporlama



1. KPI Framework excel'inin hazırlanması ve paylaşılması
2. Ölçümlerin Pisano ile yapılabilmesi için tool tarafında gerekli hazırlıkların yapılması
3. Danışmanlık sürecinin, bulguların ve sonuçların yer aldığı ppt sunumun hazırlanması ve paylaşılması
4. Sunumun ilgili kişilere ve yönetime sunulması



1 Hafta

MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ PROJESİ

FAZ – 2

5. KRİTİK DEPARTMANLARA ONLINE MÜŞTERİ DENEYİMİ EĞİTİMİ

Eğitim kritik departmanlardaki çalışanlara müşteri deneyimi farkındalığı kazandırmayı ve tüm departmanların aynı iletişim frekansında olarak yaptıkları her işte müşteriye düşünmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Bir gün ve online olarak gerçekleştirilecektir. Sınıf sayısı toplam katılımcı sayısına göre şekillenecektir. Akış aşağıdaki gibidir:

- Deneyim Dünyasına Giriş ve Deneyim Ekonomisi
- Müşteri Deneyimi (CX) Nedir? Neden Önemlidir?
- Müşteri ve Müşteri Deneyimi Kavramları
- Müşteri Odaklı Kültür Oluşturma
- Müşteri Odaklı Kültürde Çalışanların Rolü
- Müşterilerin Beklenti ve İhtiyaçlarını Anlama ve Karşılama
- Müşteri Deneyiminde Fiziksel, Online ve Çağrı Merkezi Yönetimi
- Davranışsal Ekonomi İlkelerini Müşteri İletişimlerinde Kullanmak
- Müşteri Deneyimi Ölçüm Metodolojileri
- Soru & Cevap ve Kapanış

6. MÜŞTERİ YOLCULUK HARİTALARI DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Şirket İçi
Görüşmeler

Müşterilerle
Görüşmeler

Çalıştay ve
Raporlama



1. Seçilecek 3 şirket için Daha önce yapılan süreç yönetimi, müşteri yolculukları ve/veya temas noktası analizi çalışmalarının alınması ve incelenmesi
2. Müşteri deneyimi takımıyla birebir görüşmelerin yapılması
3. Projeye katılacaklarla bir kick off toplantısı yapılması ve 3 şirket temsilcileriyle sürecin paylaşılması



1 Hafta

6. MÜŞTERİ YOLCULUK HARİTALARI DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Şirket İçi
Görüşmeler

Müşterilerle
Görüşmeler

Çalıştay ve
Raporlama



1. Birebir görüşmelerde kullanılacak soru setinin hazırlanması
2. Müşteri yolculukları sahipleriyle ve kritik departmanlarla birebir görüşmelerin yapılması (Maksimum 30 kişiyle 45'er dakikalık görüşmeler)
3. Müşteri deneyimi takımı ve deneyim elçileriyle birebir görüşmelerin yapılması
4. Görüşmeler sonrasında proje ekibiyle ara değerlendirme toplantısı yapılması



2 Hafta

6. MÜŞTERİ YOLCULUK HARİTALARI DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Şirket İçi
Görüşmeler

Müşterilerle
Görüşmeler

Çalıştay ve
Raporlama



1. Birebir görüşmelerde kullanılacak soru setinin hazırlanması
2. Müşterilerle görüşmelerin yapılması ve her bir şirketin yolculuğunun ilgili müşteriler tarafından değerlendirilmesi (Maksimum 30 kişiyle 45'er dakikalık görüşmeler)
3. Görüşmelerin analizi ve iç görü oluşturulması



2 Hafta

6. MÜŞTERİ YOLCULUK HARİTALARI DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Şirket İçi
Görüşmeler

Müşterilerle
Görüşmeler

Çalıştay ve
Raporlama



1. İlgili çalışanlarla birlikte ilgili seçilecek 3 şirket için To-Be yolculuk haritasının birer çalıştay ile oluşturulması (Dilenirse kalan şirketler için de ayrıca yapılabilir)
2. İlgili çalıştaylar öncesinde hazırlıkların yapılması ve müşterinin sesinin çalıştayda duyulduğundan emin olunması.
3. Her bir aksiyonun ilgili yolculuk sahibine atanması.
4. Düzenli toplantılarla üst yönetim gözetiminde aksiyonların üzerinden geçilmesi



3 Hafta

MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ PROJESİ

FAZ – 3

7. MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİŞİM MODELİ DANIŞMANLIĞI

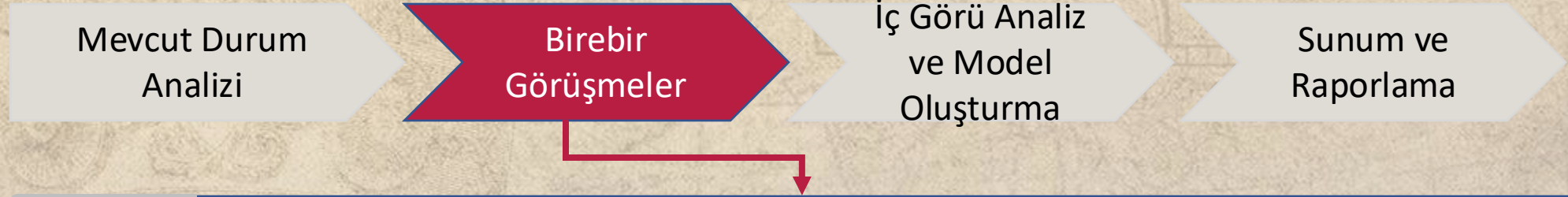


1. Şirket organizasyon yapısının alınması ve incelenmesi
2. Müşteri Deneyimi takımının rol ve sorumluluklarının, ilgili dokümanların incelenmesi
3. Projeyi yönetecek olan kişi veya kişilerle toplantılar ve proje zaman planı üzerine el sıkışılması



1 Hafta

7. MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİŞİM MODELİ DANIŞMANLIĞI



1. Müşteri Deneyimi Yönetişim Modeli için kritik olan departmanlardaki kişilerle yapılacak olan online birebir görüşmelerin planlanması
2. Birebir görüşmelerde kullanılacak soru setinin hazırlanması
3. Planlanan görüşmelerin gerçekleştirilmesi ve görüşme raporunun hazırlanması



1 Hafta

7. MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİŞİM MODELİ DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Birebir
Görüşmeler

İç Görü Analiz
ve Model
Oluşturma

Sunum ve
Raporlama



1. Yapılan görüşmeler ve incelenen dokümanlar sonrasında müşteri deneyimi yönetim modeli için iç görüşlerinin çıkarılması.
2. İç görüşler ve benchmark'lardan yola çıkılarak yeni yönetim modelinin oluşturulması
3. Yönetim modelindeki roller için rol ve sorumluluk tanımlamalarının yapılması
4. Her bir rol için yetkinliklerin, eğitim ihtiyaçlarının ve KPI'ların belirlenmesi



1 Hafta

7. MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİŞİM MODELİ DANIŞMANLIĞI

Mevcut Durum
Analizi

Birebir
Görüşmeler

İç Görü Analiz
ve Model
Oluşturma

Sunum ve
Raporlama



1. Yapılan çalışmaların, elde edilen iç görülerin, yeni yönetim modeli önerisinin ve rol-sorumluluk kartlarının rapor haline getirilmesi
2. Raporun proje ekibi ve üst yönetime sunulması
3. Sonraki adımların belirlenmesi ve koçluk aşamasına geçilmesi



1 Hafta

8. MÜŞTERİ DENEYİMİ KOÇLUĞU / YOL ARKADAŞLIĞI

Müşteri deneyiminden sorumlu ve ilgili kişilerle haftada 2 saat olarak yapılacak olan düzenli koçluk / yol arkadaşlığı hizmeti aşağıdaki detayları içerecektir. Bu hizmet danışmanlık projesi bittikten sonra başlayacaktır. Dilenirse bir ayın sonunda bu koçluğa devam edilebilir.

- Müşteri deneyimi analizi ve yol haritası danışmanlığından çıkan aksiyonların düzenli takibi
- Aksiyonların hayata geçirilmesi aşamasında karşılaşılabilecek zorluklar karşısında yönlendirmelerin sağlanması
- Yerel ve global örneklerle ekibin beslenmesi
- Aksiyonların sonuçlarının ölçümü ve etkili şekilde anlatılması konusunda destek olunması
- Müşteri deneyiminin diğer konularında da yönlendirmelerin sağlanması: Müşteri Deneyimi Stratejisi, Müşteri Yolculuk Haritaları, Müşteri Deneyimi Ölçümü, Müşteri Deneyimi Organizasyon Yapısı ve Yönetişim, Müşteri Deneyiminde Dijital Dönüşüm ve Yapay Zekanın Kullanımı gibi