

# Müşteri ilişkilerini yönetebilmek


**Uğur Özmen**

Bankamızda müşteri verilerine dayalı çapraz satış kampanyasının uygulamaya alınmasında etkili olan Müşteri İlişkileri Yönetimi yaklaşımı; müşteriden alınan verileri, kâr hedefleri için bilgiye ve verimli bir ilişkiye dönüştürmenin önemini ortaya koydu.

Konu ile ilgili Bireysel Bankacılık Ürün Geliştirme Direktörü Uğur Özmen, Müşteri İlişkileri Yönetimi kavramını ve kampanyanın başansını anlattı: "Müşteri ile ilgili verilerin doğruluğu; müşterinin doğru değerlendirilmesini, dolayısıyla doğru ürün ve hizmetin sunulmasını ve daha az maliyet ile daha verimli çalışmasını sağlıyor. Müşteri İlişkileri Yönetimi çerçevesinde, müşterilerimizin çeşitli subelerde bulunan hesaplarının, aynı numara altında toplanması, hesap sahibini daha iyi tanımak adına yaptığımız çalışmalardan birisi. Aynı şekilde ortak hesapların belirlenmesi, müşterilerimizin ilişkilerini, dolayısıyla etkileyebilecekleri kişileri, müşterilerimiz ile birlikte değerlendirme olanağı da veriyor."

Yapılan çalışmanın etkisinin kısa zamanda faydaya dönüştüğünü belirten Uğur Özmen; "Bankamızdan bireysel kredi alan fakat kredi kartı bulunma-

yan müşterilerimizle Çağrı Merkezi aracılığıyla temasa geçtik. Amacımız, bu kişileri Dışbank Kredi Kartı sahibi yapmak ve bu girişimimizde de başarılı olduk. Ulaşabildiğimiz kişilerin %70'i kredi kartı almak için başvuruda bulundu. Bu çalışma sırasında elimizde olan müşteri iletişim bilgilerinin %20'sinin yanlış olduğu da ortaya çıktı. Bu durum da bize, sahip olduğumuz müşteri verilerinin, Müşteri İlişkileri Yönetimi'nde başarı kazanmamız açısından ne denli önemli olduğunu bir kez daha kanıtladı" dedi.

Bu bölümde, veriyi, bilgiye en seri şekilde nasıl dönüştürürüzün cevabı da çok önemli. Uğur Özmen, bu konuda da küçük ipuçları veriyor; "Bir müşterinin alışveriş alışkanlıklarından satın alma davranışını, birikimlerinden tutumlu olup olmadığını, sigorta işlemlerinden gerçek mal varlığını, yatırım araçlarındaki tercihlerinden risk almayı sevip sevmeyeceğini kolayca öğrenebilmemiz, veri toplamanın ayrıntılarını görmek açısından anlamlı örneklerinden sadece bazıları" diyor.

## Dışbank'tan haberler


**Taner Ayhan Londra'daydı...**

11-12 Haziran 2001 tarihinde, Londra'da, "The Next Generation of ATM's 2001" konulu bir konferans düzenlendi. Özgür insanlığın ATM kullanımında yaşadıkları zorluklardan, ATM'nin kârlılığa etkilerine kadar birçok konunun işlendiği konferansta ilgi çeken bir diğer konu da, ATM'lerin yeni reklam mecrası olarak kullanılması oldu.

Genel Müdür Yardımcımız Taner Ayhan, konferansa konuşmacı olarak katıldı ve "ATM'lerin gelecekteki rolü ve Türkiye'de öğrenilen dersler" konulu bir konuşma yaptı. Taner Ayhan konuşmasında, Türkiye'de ATM paylaşımının yetersiz olduğunu, bir başka markanın reklamının kullanıldığı ATM'lerde ise, her bankanın kendine özgü dizaynının ve markasının paylaşım markasından daha çok ön plana çıktığını belirtti. Bu nedenle de, bankaların bu paylaşımından yeteri kadar verim alamadıklarının altını çizdi. Türkiye'de ATM kullanımının detsel ve meblağ açısından Avrupa ortalamasının %30 kadar altında olması ile para çekme ve bakiye sorma haricindeki fonksiyonun, Avrupa'da olduğu gibi müşteriler tarafından pek kullanılmaması, Taner Ayhan'ın belirttiği diğer dikkat çekici noktaları.

Türkiye'de bankaların, ürün ve hizmetlerine ilişkin reklamlarını ATM'ler aracılığıyla daha etkin yapmaya başlamalarının ve başka firmaların reklamlarını da almanın önemi üzerine duran Taner Ayhan, Bankamız ATM'lerinin ürün ve hizmetlerimizin tanıtılmasına başladığını, bunu sesli ve görsel özelliklerle destekleyecek altyapı çalışmalarının devam ettiğini sözlerine ekledi.

## Bahşişte POS dönemi: Kredi kartıyla bahşışı de ödeyin

Yurtdışında yaygın bir biçimde kullanılan POS'lardan kredi kartı ile bahşiş verme sistemi, Türkiye'de ilk defa Dışbank tarafından kullanıma sunuldu.

Yeni uygulamaya göre cafe ve restoran gibi yerlerde yapacağınız harcamaları kredi kartıyla ödemeniz halinde, nakit bahşiş bırakma zorunluluğunuz da bitecek. İşyerlerinden gelecek talebe göre uygulanacak sistemde, POS üzerinden kredi kartı geçirildiğinde "Bahşiş" (Evet/Hayır) seçeneği çıkıyor. Kart sahibi de bu seçeneklerden birini değerlendirip bahşiş yapmayı seçebilir.

