

## MÜŞTERİ KİMDİR?

Yıllar önce kendime iş kurmak için çabalamakta olduğum bir sırada, cep telefonları çıktı. Her an ulaşılabilir ve ulaşabilir olmam gerekiyordu. Hemen bir tane edindim.

Sonra kendi işimi kurmakta başarısız oldum ve bir işe girdim. İşe girdiğim firmada yönetim kademesine cep telefonu veriyorlardı. Şirket prosedürleri çok karmaşıktı. Kendi telefonumu geçici süre şirkete devretmek, sonra ayrılırsam geri almak imkansızdı.

Yeni bir GSM numarası edinmiş oldum. Mevcut telefonu da eşime verdim. Bu işten ayrılırken, numarayı üzerime almayı başardım.

Yeni bir işe girerken önceki senaryo tekrarlandı. Şirket kuralları gereği, numarayı şirkete devredemiyordum. Yeni bir numara daha edindim. Elimde olanı da kızıma verdim.

Üçüncü iş değiştirdiğimde, durum daha da karmaşıklaştı. Eski çalıştığım yerden ayrılırken kullandığım numarayı üzerime devraldım. Ancak, yeni şirketim başka bir GSM operatörü ile anlaşmalıydı. Dolayısıyla yeni bir telefon numaram daha oldu. İki tane cihaz taşımamak için eski numaramı, yenisine yönlendirdim.

Sonuçta durum şuydu: Adıma kayıtlı olan ve benim kullanmadığım iki telefon numarası, adıma kayıtlı olan ve diğer bir operatörün hattına yönlendirilmiş üçüncü telefon; adıma kayıtlı olmayan ve benim kullandığım bir başka telefon hattı.

Şimdi soruları soralım: Eşim ve kızım [GSM şirketinin](#) müşterisi mi? Ben GSM şirketinin müşterisi miyim? (Bu firma, [müşteri odaklı](#) bir veri ambarı kullanmıyorsa, Her biri diğerinden farklı özelliklerde 3 tane Uğur Özmen oluşturmuştur)

Bu sorular, günümüzün önemli bir konusunu gündeme getiriyor:

Kime “müşteri” diyoruz... Gerçekte, kime “müşteri” demeliyiz. Çalıştığınız şirkette kimlere “müşteri” diyorsunuz. Sizin “müşteri” tanımınız ne / kim? Lütfen [uozmen@bilgi.edu.tr](mailto:uozmen@bilgi.edu.tr) 'ye yazın. Tartışalım...

İnternet'ten “customer” ve “client” kelimelerinin tanımlarına baktım.

Çoğunlukla “ürün veya hizmeti alan, satın alan veya kullanan kişi, örgüt veya kurum” diye tanımlanıyordu. Benim de itiraz ettiğim zaten bu tanım. (Nedenini aşağıda okuyacaksınız)

Çok az tanımda, “yararlanan”, “etkilenen” kelimeleri geçiyordu. (Benim düşündüğüm tanıma daha yakın.)

Bu araştırma sırasında şaşırdığım bir konu oldu... Benim gençliğimde öğrendiğim “client” kelimesi, “client / server” olgusundan ötürü, tümünden teknolojik bir kelime olmuş. Oldukça az sayıda, beklediğim anlamda madde bulabildim.

Sonra evdeki CRM kitaplarına baktım. Hiç birinde müşteri kelimesinin tanımı yazmıyordu. Anladığım kadarı ile bu kitapları okuyacak olanların zaten tanım konusunu çoktaaan çözdüklerini varsaymışlardı. Hak verdim. Ne de olsa, gittiğim seminerlerde, “tanımla uğraşmayın, işe başlayın” diye öğütüyorlardı.

Ne var ki, araştırmacılığım depreştiği için, evdeki “Pazarlama” kitaplarına baktım. Farklı bir tanım bulamadım. Kafayı takmıştım. Herkesin ne düşündüğünü öğrenmeye karar verdim.

Birçok kişi ile bu konuda sohbet yapma fırsatım oldu. Bazı dükkan sahipleri şu şekilde açıkladılar. Kapının önünden geçen herkes potansiyel müşteridir. İçeri girip birşey satın alan herkes müşteridir.

Ben de bu açıklama ile yetinmedim, herkese sordum. Sizin müşteriniz kimdir? Siz kime müşteri diyorsunuz? Bu iki sorunun aynı soru olduğunu söyleyen kişilere de itiraz etmedim.

Çeşitli etkinliklere beni davet edenlere sordum. Kimlere müşteri diyorsunuz, düzenlediğiniz etkinliğe katılan ve siz ısrar ettiğiniz için kartvizitini bırakan herkes mi?

Kendi mağaza kartı olan perakendeciler ve bankalar için müşteri kimdir?

- Kart için başvuran, bu nedenle sizin müşteri kayıt numarası verdiğiniz herkes mi?
- Mağaza / banka kartını cebinde bulunduran herkes mi?
- Bir devirler kartınızı almış, sonra da onu atıp rakiplerinizden birinin kartını cüzdanına koymuş olan kişiler mi?
- Kartınızla beraber, birçok rakibinizin kaartını da elinde bulunduran, nereden alışveriş yapacaksa oranın kartını kullanan kişiler mi?
- Kartınızı geçmişte en az 1 kere kullanmış, ne zamandır bir kere olsun kullanmayan kişiler mi?
- Son ay kartınızı kullanmış kişiler mi?
- İlk ilişkinizi mağaza / banka kartı sayesinde kurduğunuz, ancak şu anda 3 – 4 ürününüzü kullanan kişiler mi?

Bu sorular uzar gider. Bir de müşteri temasınız kademeli olduğu takdirde, işler daha da zorlaşır.

Eğer seyahat acentası iseniz, müşteriniz firmanın patronu mudur, yoksa onun sekreteri mi? Seyahat düzenlemelerini kim yapıyor, hangi acentenin kullanılacağına kim karar veriyordur?

Eğer akaryakıt şirketi iseniz, araca yakıt alma kararını kimin verdiği konusunda yanılabilirsiniz. Patronun mu şoförünün mü karar verdiğini bilemeyebilirsiniz.

Banka için de durum farklı olmayabilir. Karar vericinin patron mu muhasebeci mi finansman müdürü mü olduğunu bilmezseniz, tüm çabalarınız boşa gidebilir. Özetle, “müşteriyi tanımlamak” oldukça önemlidir. Kime ne söyleyeceğiniz, sadakat programlarını kime göre düzenleyeceğiniz, fiyatlamayı nasıl oluşturacağınız hep “müşterinin tanımı”na göre belirlenir.

Bu tartışmalar üzerine, “müşteri, ürün veya hizmeti satın alma veya kullanma kararını veren kimsedir” diye bir tanım üzerinde mutabakat sağladık.

O sırada bir öğrencim sordu: Kedi mamasını ben alıyorum, ama kedim beğenmezse, o markayı almıyorum. Ben mi müşteriyim, kedi mi?.. Bence, müşteri olan kedi...

Aralık 2007