

PR ŞİRKETLERİNDE CRM

Yılbaşı dolayısıyla, birçok şirket “Yeni Yıla Merhaba” etkinlikleri yaptı. Önemli müşterilerini İstanbul’un güzel mekanlarında ağırladı.

Yıllardır CRM ile uğraşan bir kişi olarak, bu etkinliklerin CRM’in ana amaçlarından biri olan “müşteri bağlılığını artırmak” gibi bir hedefi olduğunu düşünmüşümdür. Özellikle, basın mensuplarının davetli olmadığı, yalnız müşterilere özel etkinliklerin, başka amacı olmadığını varsayırım.

Etkinliğe çağıran davet yazılarının, LCV kısmında genellikle bir iletişim firmasının adı, bir isim ve bir telefon numarası yer alır. Davetli olduğum etkinliğe katılmayacak bile olsam, LCV (Lütfen Cevap Veriniz)’de belirtilen temas noktasını arayıp haber vermek gerektiğine de inanırım. Eğer, yanıt vermeyi kolaylaştıran bir yöntem bulmuşlarsa hem davet eden firmaya, hem de çalıştıkları iletişim firmasına karşı olumlu bir bakış açım olur.

Yılbaşı öncesi çağrılı olduğum ve gitmeyi düşündüğüm etkinlik için LCV şu şekilde idi:

LCV: Hayal Bitmez, Gargara İletişim 0 216 47x xx xx, (Tüm isimler, yanlış anlaşmaya neden vermemek için değiştirilmiştir)

Yoğun yıl sonu toplantıları ve çalışmaları arasında bu çağrıda belirtilen telefonu arayıp katılacağımı bildirmeye zamanım olmadı. Bir toplantı çıkışında masamda bir not buldum.

“ABC Firması’ndan aradılar.
Etkinliğe katılıp katılmayacağınızı soruyorlar”

Zaten söz konusu etkinliğe katılmaya karar vermişim ve arayıp durumu bildireceğim, neden arayan kişinin işini kolaylaştırmak için dahili numara yazılmadığını da sormaya karar verdim.

Davetiyede yer alan LCV numarasını çevirdim. Karşımda bir müzik. Sonra da robot ses: “Gargara İletişim ve Danışmanlık. İyi günler. For english, press nine. Dahili numarayı biliyorsanız lütfen tuşlayınız. Bilmiyorsanız operatöre bağlanmak sıfır’ı tuşlayınız veya bekleyiniz.”

LCV’de dahili numara verilmediği için bekledim. Birkaç kez çaldıktan sonra telefon açıldı:

LCV’de ismi olan kişi ile görüşmek istediğimi bildirdim. Ama, yağma yok, hemen ulaşmak mümkün değildi. Önce sorgulandım:

- Hangi konuda görüşecektiniz?

Ben de telefona çıkan kişiye neden aradığımı söyledikten sonra, “önce siz başlattınız” gibilerden, bir karşı soru sordum: “Madem, Hayal hanıma bağlayacaksınız, neden doğrudan onun dahili numarasını davetiyeye yazmıyorsunuz. Telefonda önce robotu dinlemek zorunda kalıyoruz. Sonra operatörün açmasını bekliyoruz. Sonra da sizinle konuşup neden aradığımızın hesabını vermek zorunda kalıyoruz. Nihayetinde sadece “Adım Uğur Özmen. ABC Şirketi’nin tiyatro etkinliğine katılacağım” gibi birkaç kelime söylemek için bu kadar zaman harcıyoruz.

Bu noktada, insanın aklına şu soru geliyor: Acaba etkinliği düzenleyen ve size davet gönderen firma, kendi PR ve iletişim firmasına "katılan sayısını nazikçe azalt" diye bir talimat mı veriyor?

Karşıma çıkan kişi, benim bir sürü soruma yanıt vermektense, kısa çözümü önerdi:

- Sizi Hayal hanıma bağlayayım

Ne var ki, ben sorun çıkarıcı müşteri tipinde olduğumdan, ısrarla olumsuzluğu sürdürdüm.

- Bağlamanıza gerek yok. Ben gerekli mesajı size verdiğimi düşünüyorum. Şimdi telefonu kapatacağım. Siz de eğer kim olduğumu söylediğimde not almamışsanız beni bulmak için ayrıca telefon ederek masrafa gireceksiniz, zaman ve para harcayacaksınız. Onun yerine bir dahili numara yazsanız olmaz mıydı?

- Lütfen kapatmayın, sizi Hayal hanıma bağlayayım.

Hayal hanıma böylece ulaşmış oldum. Az önce telefonu açan kişiye söylediklerimi, Hayal Bitmez hanıma da tekrarladım. Neden dahili numara yazmadıklarını sordum. Hayal hanım, sorumun yanıtını verdi.

- Ben Gargara İletişim'in İletişim Müdürüyüm. İşim dolayısıyla yerimde olmadığım zamanlar oluyor. Eğer ben yerimde olmazsam, diğer 8 arkadaşım da telefonlara yanıt verebilirler diye dahili numarayı yazmıyoruz.

- Hayal hanım. Görevi gereği müşteri ziyaretine gitmeyecek birinin dahili numarasını verirsiniz. Ya da e-mail adresinizi verirsiniz. Biz de katılıp katılmayacağımızı oraya yazarız.

- Ben İletişim Müdürüyüm. LCV'ye bakan stajyer memur değilim ki... Buraya yanıt yazacak 450 kişiyi tek tek ayıklayayım ve listeden kontrol edeyim.

- Teşekkür ederim. Aslında bana yanıt verdiniz.

- ...

- Siz bana "Ben İletişim Müdürüyüm. LCV'ye bakan stajyer memur değilim ki" diyerek zaten aradığım sorunun yanıtını verdiniz. Ben de zaten, LCV'ye bakan stajyer memurun telefon numarasını verin, biz de telefonda beklemeyelim diyordum. Ayrıca, kendi e-mail adresinizi vermenize de gerek yok. abc@gargarailetisim.com.tr gibi, sadece bu etkinlik için hazırladığınız bir e-mail adresini verirsiniz. Bu sayede, hem telefonla aramak gibi bir maliyeti üstlenmezsiniz, hem de daha rahat zamanlarınızda listeyi kontrol edersiniz.

- Önerinizi ABC Firması'na ileticeğim. Onlar isterse, gelecek sene o şekilde yaparız.

Bu noktada, insan kendisini çelişik düşünceler içinde buluyor. Firma, davetiye gönderilen kişilerin hepsinin sekreteri olduğunu ve bu nedenle bizzat davet edilen kişilerin fazla zaman ayırmayacağını varsaymış olabilir. Bu durumda, "Ben İletişim Müdürüyüm"e bağlanmak için ısrar edilmesi gereksiz. Zamanının değerli olduğunu düşünen ve etkin kullanmak amacıyla olan birini ise, telefonda "hangi konuda görüşecektiniz" diye sorgulamak yanlış.

Tercih ettiğim yöntemi de burada belirteyim:

1 – Önce e-mail adresine sahip olunan müşterilere bir e-mail gönderilir ve “27 Aralık 2006 tarihini şimdiden rezerve etmeleri, o tarihte “Yeni Yılı birlikte karşılamak” amacıyla bir etkinliğin yapılacağı duyurulur.

2 – Bu etkinliğin ne olduğu belli olduğunda, 27 Aralık 2006 tarihinde, xxx mekanda kokteyl ve arkasından size özel tiyatro, Jazz Konseri, vb. düzenlendiği, yine bir e-mail ile duyurulur. Bu e-mail mesajında, LCV olarak bir e-mail adresi de verilir. İstenirse, basılı davetiyede yer alacak olan LCV adresi de yer alır.

İş dışı mesajlara daha rahat olduğum zamanlarda baktığım için, o mesaja daha fazla zaman ayırır, takvimimi kontrol eder, ve yanıtımı gönderirim.

Bu sayede yoğun iş saatlerim arasında, telefon etmek için zaman ayırmam gerekmez. Üstelik, Gargara iletişim de beni bulmak için 2 – 3 kere telefon ile aramak zorunda kalmaz.

3 – İstenirse müşterilerin hepsine, ya da müşterilerden elinizde e-mail adresi olmayanlara basılı davetiye gönderirsiniz.

4 – Mevcut iş akışınızı uygular, sizi aramayanları ararsınız.

Yeter ki amacınız, müşterinizin müşterisinin de hayatını kolaylaştırmak olsun.

ARALIK 2006