



# MÜŞTERİ DENEYİMİ PROGRAMI

## KEŞİF AŞAMASI

### KAPSAM

#### Programın Amacı

Kurumunuzun, markanızın rekabetçi sürdürülebilirliğini sağlamak için daha iyi deneyimler yaşatmak adına

- Müşterilerinizi daha iyi tanımak
- Müşterilerinize Temas ettiğiniz noktaları belirlemek
- Müşterilerinizin Temas noktalarındaki ve iyileştirilmesi gereken deneyimlerini acı/kazanım noktalarını baz alarak tasarlamak ve hayata geçirmek

#### Program Adımları ve Zamanlama

- Keşif, Tasarım, Uygulama sırası ile ortalamada bir yıllık süre zarfı ön görülmektedir
- Keşif Projesi; 2-3 Ay
- Tasarım Projesi; 3-6 Ay
- Uygulama Projesi; 3-6 Ay

#### Keşif Projesinin Adım ve Varsayımları

- Üst yönetim ve proje takımı ile hizalanma
- Şirket içi Proje takımı ile 'keşif' aşamasını çerçeveleme ve Müşteri Deneyim çalıştay.
- Son kullanıcı verilerini içeren online satış sitemizden alışveriş yapan ve ek bir yıl garanti uzatmasını talep eden müşteri için kayıt yapan tüketici verilerinin analizi
- Markanızın müşterisine, tüketicisine birinci derece temas eden, ürün/hizmetlerinizin satışını yapan ve/veya fırsatları kaçıran, tüketiciden şikâyet, talep ve geri bildirimini direkt alan saha çalışanları ile Persona, Temas Noktası ve temel seviyede her bir çalıştay için 1-2 adet persona belirlenecek Müşteri Deneyim Tasarım çalıştayları
- Proje Takımı ile saha çıktıları baz alarak 'Tasarım' projesinde üzerinde durulacak Persona ve Temas Noktalarının belirlenmesi
- Üst yönetim ve proje takımı ile çıktılar üzerinden hizalanma. Keşif çalışmasını derinleştirme veya Tasarım aşamasına geçiş kararı.

#### Varsayım

Müşteriye erişim kanallarınız bazında bir çeşitlemeye gidilmesi ön görülmektedir.  
Bayi (iş ortağı), Perakende Satış Noktası, E-Ticaret, Mobil Uygulama, Mağaza, Zincir Market vb. markanızın müşteri/tüketiciler ile bulunduğu kanal ve müşteri çeşitliliği çalışmanın çıktı zenginliğini pozitif yönde etkileyecektir.

Erdem Özsen

Bölge olarak Pilot çalışma niteliğinde olması adına bölge/Pazar çeşitliliği katmak da önem arz etmektedir.

Persona (Müşteri/Tüketici tipi) çeşitliği sağlamak adına ortalamada 3 farklı coğrafik bölge zenginleştirici etki oluşturabilir. Kurumun hedef Pazar ve müşteri tanımları doğrultusunda bölge/il çeşitliliği karşılıklı belirlenecelir.

İhracat Projesi özelinde Kıta, Bölge, Ülke, Ülkenin bölgeleri, şehirleri bazında detaylandırmalara gidilmesi önerilmektedir.

## Ön görüş Süre

3 Ay (2+1)

Müşteri Deneyim Projesi  
Tasarım Aşaması  
Kapsam Paylaşımı

Erdem Özsen

## 2.Adım

### Müşteri Deneyim Tasarımı ve Projelendirilmesi

- Keşif aşamasının kurum içi ve dışı çıktıları üzerinden çalışma içeriğinin oluşturulması
- Kurumun stratejik ( korumak, büyütme ve yeni kazanmak) müşteri segmentleri üzerinden Personaların ( Arketip) belirlenmesi.
- Personaları bilen, gözlemleyen, tanıyan saha ve merkez kadroları ile empati haritası ve Müşteri Değer Önerisi Kanvas Çalışmaları üzerinden Deneyim Yaşatacak Ürün ve Servis saptamaları.
- Personaların Müşteri Yolculuk Haritalarının çalışılması. Müşteri Deneyim tasarımının temas noktası bazında derinleştirilmesi.
- Ortaya konan Deneyim ürün ve hizmetleri özelinde gerçek personalar ile konseptin onay/revizyon çalışması ( Proof Of Concept) Bu adımda fokus grup, bire bir mülakat çalışma gruplarının persona bazlı katılımcılarının bulunmasında 3. parti ajanslar, saha araştırma şirketleri ile iş birliğine gidilmesi önerilmektedir.
- Deneyim Tasarımı için ortaya konan ürün, servis ve proje önerilerinin 'Müşteri Değeri' ve 'Uygulama Zorluğu' matrisinde konumlandırılması.
- 'Müşteri Değeri görece yüksek' ve 'Uygulaması görece kolay' projelerin hayata geçirilmek üzere detay künyelendirme çalışmalarının yapılması.

## 2.Adım

### Deneyim Tasarımı ve Projelendirme ( Yorumlama-Fikir Üretme-Prototipleme)

#### Hizmet Kalemleri

- Uygulama Atolyeleri
  - Persona ve Temas Noktası bazında iç görülerin üretildiği ve deneyim tasarımlarının yapıldığı çalıştaylar
- İçerik Oluşturma
  - Çalışan/Müşteri ve Tüketici Deneyim iç görülerinden üretilen Deneyim içerikleri, Hayata geçirilecek projelerin belirlenmesi ve fazlandırılması.
- İç ve Dış Müşteriler ile birebir görüşmeler
  - Yapılan tasarımların gerçek müşteri/tüketiciler ile 1:1 ve fokus grup çalışmaları ile onaylanması veya revizyonu, eklemeler yapılması
- Raporlama
  - Personalarla temas noktaları bazında yaşatılacak deneyimlerin belirlenmesi. Mevcut ve olması gereken durum ölçümlerinin yapılması
  - CX gelişim projelerinin değer/zorluk matrisine yerleştirilmesi

#### Ön görü süre

Çalışma içeriği hakkında henüz bir netlik olmadığı için süre ön görüşünde bulunmak gerçekçi olmayacaktır.

Önceki proje tecrübelerinden hareketle ortalamada 3-6 ay arası bir dönemlik çalışma ihtimalinden bahsedilebilir.

## Müşteri Deneyim Projesi Yayımlı Aşamaları Kapsam Paylaşımı

### 3.Adım

#### Uygulamaya Geçiş (Prototipleme, Canlıya Geçiş Refakat )

- Deneyim ürün, servis ve projelerinin görsellenmesi
- Hedef segmentler/personalar üzerinden tasarlanan deneyimlerin uygulamaya geçiş refakatı
- Canlı uygulama anlarında gözlem ve mülakatlar üzerinden geri bildirim tekniklerinin uygulanmaya devam etmesi. Sahadan, gerçek müşterilerden geri bildirim değerlendirme.
- Müşteri Deneyiminin bu sistematik üzerinden yaşatılabilir bir düzende olmasını sağlayacak Metot devri.

\*\*\*Tüm fazlarda özellikle pazarlama ekibinin sürecin içerisinde yer alması ön görülmektedir. Bu kişi ve kişilerin ilgili metodoloji ve uygulama teknikleri hakkında farkındalık sahibi olması beklenmektedir. Kapanış aşamasında proje döngüsünün üzerinden geçme ve soru-cevap çalışmaları yapılabilecektir.

#### Ön görü süre

- Tasarım sürecine ek 3 aylık bir takip süreci ön görülmektedir.
- Minimum seviyede aylık değerlendirme toplantıları ile gözden geçirme çalışmaları yapılacaktır.
- Gerekmesi halinde Deneyim Tasarım revizyonu ve iyileştirme çalışmaları noktasında ek çalıştay, bire bir görüşmeler ve saha çalışmaları revizyon formatında yapılabilecektir.

### 3.Adım

#### Uygulamaya Geçiş (İçerik görselleme ve Platform Oluşturma)

#### • İnsan Kaynakları Boyutunda Opsiyonel olarak;

1. Yayılım aşamasında özellikle oryantasyon ve kurum kültürü başlığında kullanılabilen 'Arzum Deneyimi' Kitapçığının oluşturulması
2. Eğitimler ve ölçümler sonucunda Müşteri Deneyim Elçilik Programının kurulması ve devreye alınması. Çağrı Merkezi ve Servis teşkilatı içerisinde oluşturulacak Arzum Elçisi programı ile yaygınlaşmanın planlanması, Arzum Akademi (var ise) veya İnsan Kaynakları bünyesine bu çalışma kapsamında oluşturulan içeriğin standart bir Müşteri Deneyim eğitim içeriği haline getirilmesi ve tüm saha personeline yayılımı
3. Mevcut veya önerilecek bir LMS (Eğitim Yönetim Sistemi) üzerinden eğitime dair katılanların farkındalık ve verimlilik ölçümlerinin eş zamanlı ölçümü ve raporlanması. Örnek <https://cinema8.com/video/kXP1rrXv>

#### • Ön görü içerik, zaman ve bütçe

1. Arzum Deneyimi Kitapçığının içerik çalışması yapılacaktır. Bu kitapçığın basılı/dijital tasarımı noktasında insource/outsorce kaynakların kullanımı devrede olması ön görülmektedir. İhtisası bu olan 3.parti ajanslar ile çalışılabileceği gibi bizler de öneri de bulunabiliriz.
2. ve 3.Faz süresince oluşturulan içeriklerin derlenmesi ve sunum dosyası haline getirilmesi için 1 aylık süre yeterli olacaktır.
2. Müşteri Deneyim Yayılım eğitimleri belirlenecek elçi ve temas edilecek çalışan, birim sayısına paralel olarak belirlenecektir. Süre ve bütçe ön görüşünde bulunmak şu an için
3. İçeriklerin herhangi bir LMS platformu üzerinden yayınlanması, ölçümlenmelerinin yapılması noktasında bu konuda ihtisas sahibi bir eğitim alt yapı/platform sağlayıcı şirket ile iş ortaklığına gidilebilir. Benim çalışmakta olduğum Gobito firması ve ürünleri cinema8 alternatiflerinden biri olabilir.