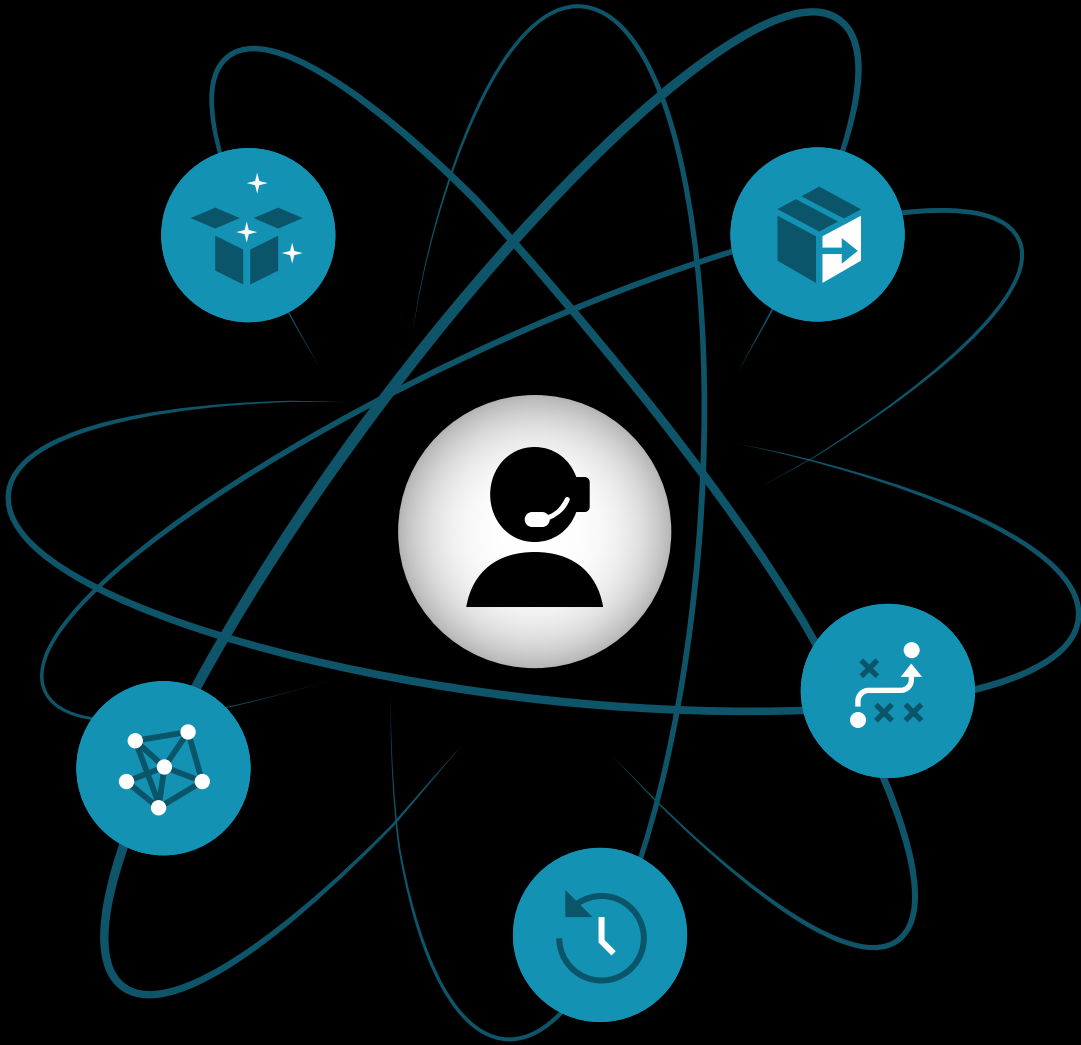


# Her Zaman Açık Hizmeti Bir Üst Seviyeye Taşımak İçin Gereken Beş Bileşen



## Bu kimler içindir?

Bu e-kitap, müşteri hizmetleri ve satış sorumlusu Başkan Yardımcısı gibi kurum liderlerinin yanı sıra C düzeyi gelir, finans, operasyon ve teknoloji memurları olan;

- Artan sayıda müşteri talebi ve yükselen müşteri beklentileriyle karşı karşıya kalan çalışanlar içindir.
- Müşteri hizmetlerini, iletişim merkezlerini ve saha hizmetlerini iyileştirmek için yeni stratejiler keşfetmek isteyen çalışanlar içindir.
- Kurumların, müşteri ve saha hizmeti temsilcilerini güçlendirmek için teknolojiyi nasıl kullandığını görmek isteyen çalışanlar içindir.

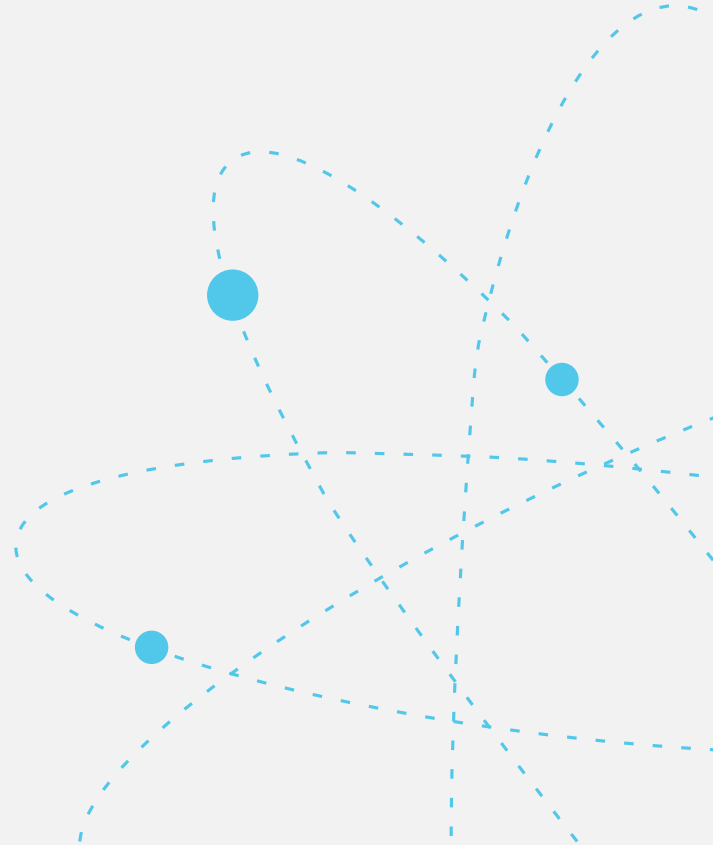


**Tahmini okuma süresi: <6 dakika**

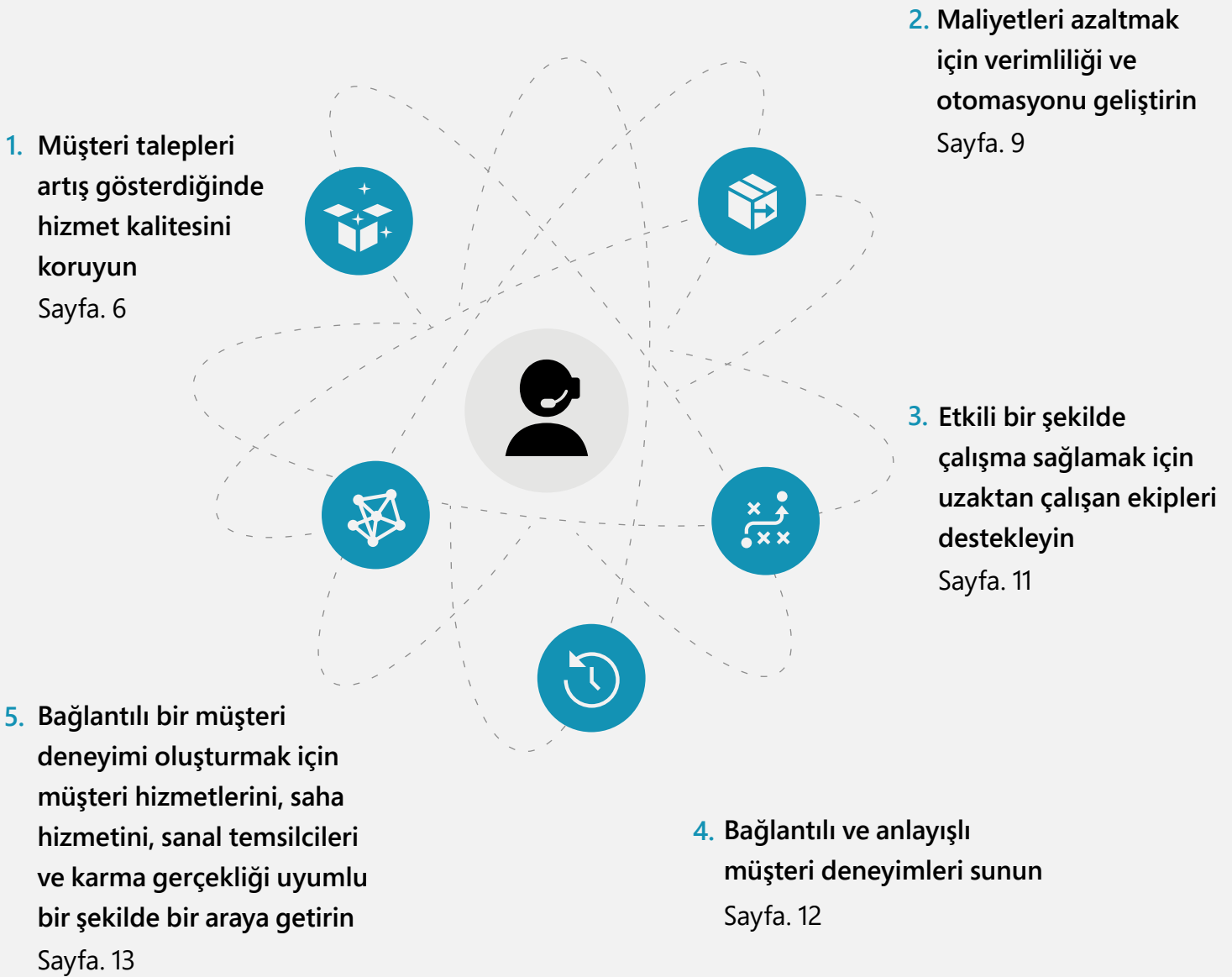


Yıllardır bir salgın hastalıkla karşılaşmamış olsak da, tarihe bakarak müşterinin zihninde kalıcı değişiklikler olacağını varsayabiliriz."

Blake Morgan  
Forbes



Bir kriz sonrasında, müşteri sorularının seviyesini ve yoğunluğunu karşılamak zorlaşmıştır. Her hizmet kurumunun mükemmel müşteri deneyimleri sağlamak için dahil edebileceği **beş temel bileşen** bulunur.



## Müşterilerinizin aklına doğru

Son on yılda, hizmet mükemmelliği markalar arasındaki rekabette bir fark yaratan bir etmen haline gelmiştir. Bununla birlikte kriz zamanlarında, artan istek sayısına karşı yüksek kaliteli hizmetin sürdürülmesi daha zordur.

Müşteriler, kurum içinde veya dışında olup bitenlerden bağımsız olarak kurumların 7/24 olağanüstü hizmet sunmasını bekler. Yeni zorluklara iyi yanıt veren kurumların farkları kısa ve uzun vadede dikkat çekecektir. Bunu yapmak için doğru teknolojiye ihtiyaçları vardır.

Birçok hizmet kurumuna, belirli sorunlar için nokta çözümler aramak cazip gelebilir. Tümüleşik çözümleri tercih edenler, bazı önemli unsurların sentezinden kaynaklanan benzersiz bir avantaj keşfedeceklerdir. Bu e-kitapta, her kurumun müşteri ve saha hizmeti başarısının potansiyelini ortaya çıkarmak için kritik öneme sahip beş ögenin her biri ele alınmaktadır.





# 1. Müşteri talepleri artış gösterdiğinde hizmet kalitesini koruyun

Birçok ABD kurumu, hizmet çağrılarındaki ani artışlara ayak uydurmak için yarışmaktadır. Bu trend, 2020 salgınının etkilerinin hayatlarımızda ve ekonomideki varlığı süresince devam edecektir.

Finansal hizmetler, imalat ve kamu sektörü kurumları en büyük zorluklarla karşı karşıyadır. Örneğin, bankalar otomatik, kredi kartı ve ipotek ödemeleri için yeni düzenlemeler yapmaya çalışan müşterilerde bir artış ile karşılaşabilir. Üretimdeki ön saflarda çalışan işçiler, işte daha az kişi olmasına rağmen üretimi sürdürme baskısı altındadır. Kamu sektörü kurumları, portallarında ve iletişim merkezlerinde rekor sayıda işsizlik ve diğer hizmetlerle ilgili istekle karşı karşıya kalıyor. Birçok sektörde, temsilciler ve teknisyenler, stresli ve siniri bozulmuş müşterilerden gelen daha büyük hacimli senaryolarla karşı karşıya kalır.



## Hizmet kurumları üzerindeki etki

Bir krizin müşteri hizmetleri departmanları üzerindeki etkisini daha iyi anlamak için, [Harvard Business Review](#) ekibi [Tethr'de](#) (bir yapay zeka ve makine öğrenimi girişimi), sektörlerin geniş bir kesitini temsil eden 20'den fazla kurumun yer aldığı bir milyon müşteri hizmeti çağrısı üzerinden bir çalışma tamamladı.<sup>1</sup> Çağrılar, DSÖ'nün COVID-19'u bir pandemi olarak kabul ettiği 11 Mart 2020 tarihi ile 26 Mart 2020 tarihi arasında gerçekleşti.

Ekip, çağrıları müşterinin hedeflerine ulaşması için gereken çaba düzeyine göre sınıflandırdı (kolaydan zora doğru). İki hafta boyunca, çalışmanın parçası olan ortalama bir kurum zor çağrıların yüzdesini yüzde 10'dan yüzde 20'ye kadar, iki katlık bir artış gösterdiğine tanıklık etti.



## Teknolojinin rolü

Teknoloji bu sorunların çözülmesine yardımcı olabilir. Örneğin, hizmet departmanları temsilcilerin değerli zamanını rahatlatmak için tekrarlayan işlemleri otomatikleştirebilir. Müşteriler aynı zamanda portallar ve sohbet botları gibi self servis kanallarla etkileşime almaya başlıyor. Sohbet botları genellikle müşterilerin canlı bir temsilciyle etkileşimde bulunmalarına gerek olmadan sık karşılaşılan sorunları çözmelerine yardımcı olabilir. Gerektiğinde, sohbet botu sorunu çözmek için müşteriye en uygun olan müşteri temsilcisine bağlayabilir.

<sup>1</sup>["Koronavirüs Krizi Boyunca Müşteri Hizmetlerini Destekleme,"](#)

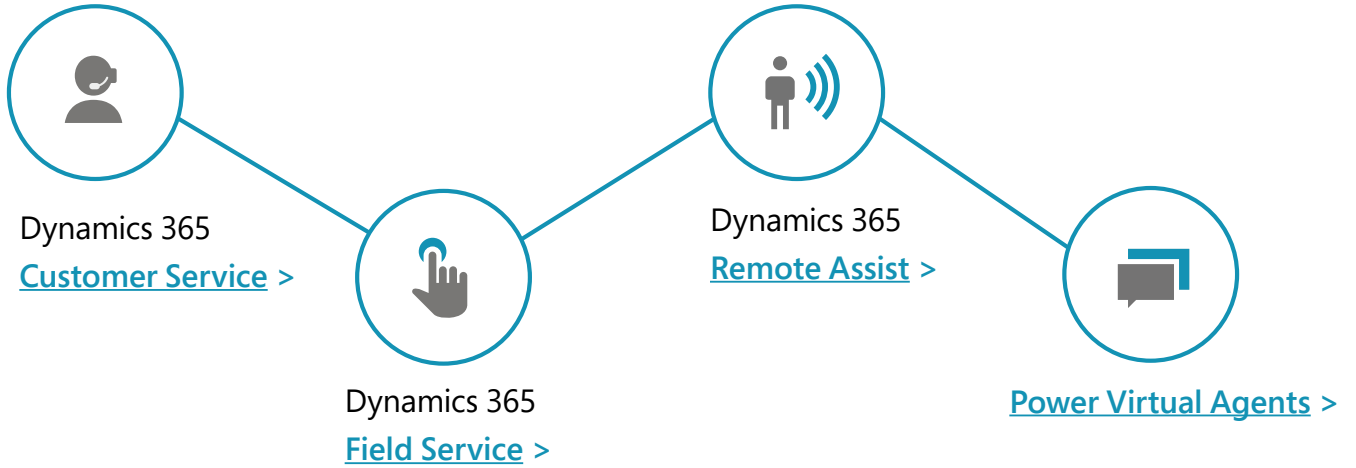
Harvard Business Review, 2020.



Analitik özellikler, müşteri ve saha hizmeti temsilcilerinin daha iyi kararlar almaları için müşteriler üzerine daha bütünsel bir görünüm sağlayabilir. İşbirliği araçları, ön saflarda çalışanların ofiste olmadıklarında bile birbirlerini desteklemelerine yardımcı olur.

Teknolojinin gerçek gücü, bu araçlar bir araya geldiğinde ortaya çıkar, sanal temsilciden müşteri hizmetleri temsilcisine ve saha teknisyenine kadar ulaşan veri ve bilgilerle müşteriler için sorunsuz ve olumlu bir deneyim sağlanır.

## Müşteri Taleplerindeki Toplantı Artışları İçin Hizmet Kurumu Çözümleri







## 2. Maliyetleri azaltmak için verimliliği ve otomasyonu geliştirin

Birçok kurum müşteri sorularının sayısının arttığının farkında olsa da çoğu durumda hizmet personelinin ve kaynakların boyutu aynı kalmış, hatta işten çıkarmalar nedeniyle küçülmüştür. Bu trend, hizmet ekipleri personelinin yetersiz departmanlar ve sınırlı bütçelerle uğraşmasıyla sonuçlanacak şekilde yıllarca devam edebilir. Bu sorunun cevabı otomasyondur.

Kurumların, temsilcilerin idari işlerini azaltmalarının ve müşterilere odaklanmaları için temsilcilere zamandan tasarruf ettirmenin birkaç yolu vardır. Bu yollar, şu tür otomatikleştirme süreçlerine odaklanma gerektirir:



İş akışları



Belge yönetimi



Belge inceleme ve onaylama

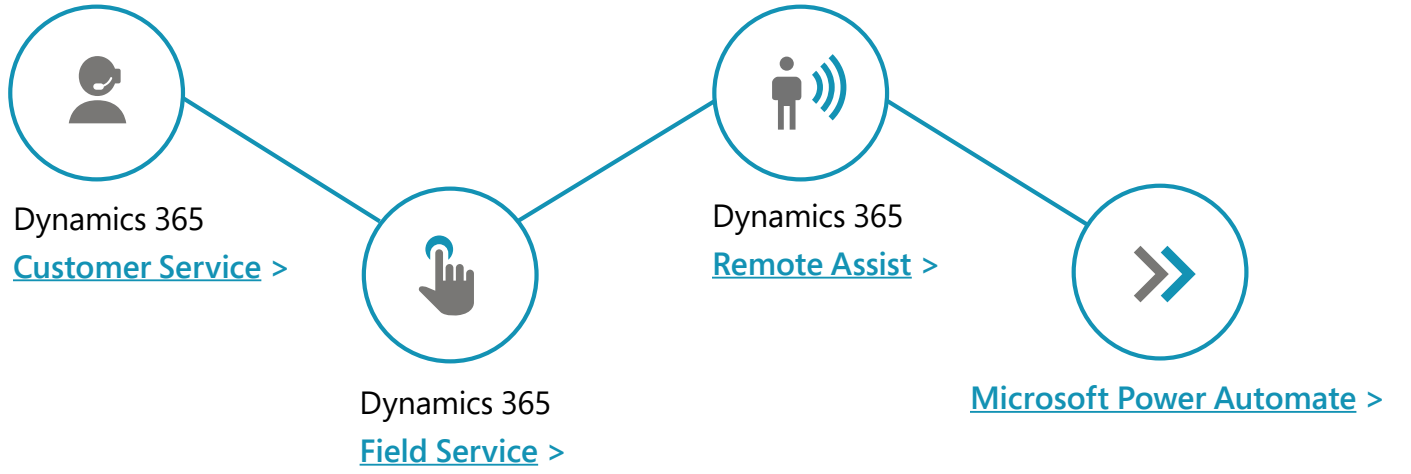


Çalışan talebi yönetimi



Hizmetle ilgili iş süreçleri için yönetimi kolaylaştırılması sayesinde temsilcilerin doğru bilgilere sahip olma ve müşterilere daha iyi hizmet sunma olasılığı daha yüksektir.

## Otomasyon için Hizmet Çözümleri



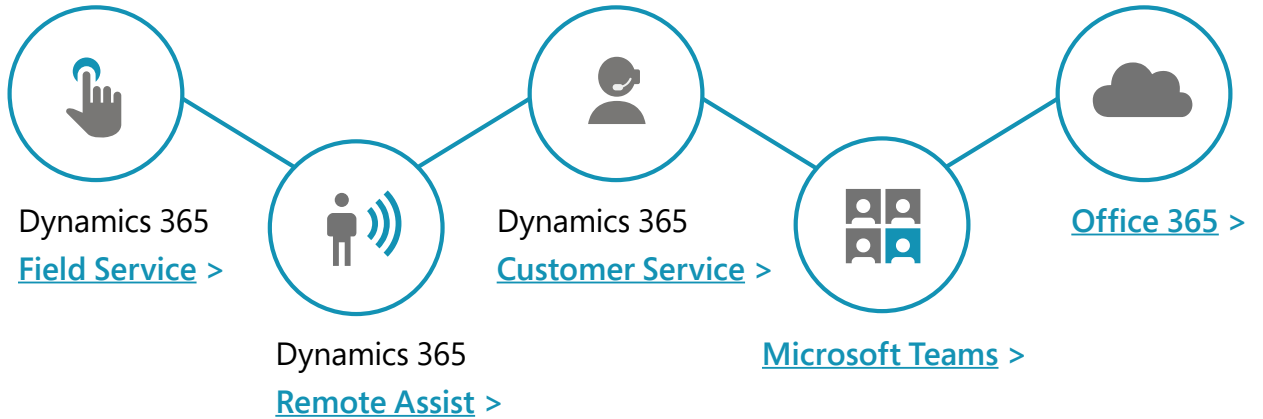


### 3. Etkili bir şekilde çalışma sağlamak için uzaktan çalışan ekipleri destekleyin

Müşteri hizmetleri kurumları da temsilcilerde, analistlerin devam edeceğini öngördüğü bir trend olan, uzaktan çalışmaya geçişte bir artma gördü. Daha fazla temsilcinin uzaktan çalışması, çalışanlar için teknolojiye yatırım yapmak veya teknolojiyi yükseltmek ve iletişim merkezlerini bulut tabanlı hizmetlere taşımak da dahil olmak üzere daha fazla teknoloji desteği gerektirebilir.

Eskiden birlikte çalışan ve işbirliği yapan ekipler de online işbirliği araçlarından ve platformlarından yararlanabilir. İyi işbirliği araçları, çalışanlar için bağlantıda kalmayı ve tavsiye almayı resmi olmayan, geçici bir şekilde kolaylaştırır.

#### Uzaktan Çalışma için Hizmet Çözümleri





## 4. Bağlantılı ve anlayışlı müşteri deneyimleri sunun

Müşteri odaklı bir kurum olmak, müşteri yolculuğu boyunca daha kişiselleştirilmiş bir etkileşim oluşturmak için yüksek kaliteli bilgiler, müşterilerle ilgili görüşler ve tümleşik hizmet uygulamaları gerektirir. Müşterilerin bütünsel bir görünümünü benimseyerek ve işlemsel, gözlemsel ve davranışsal verileri gerçek zamanlı olarak bir araya getirerek hizmet uzmanları, bir sonraki en iyi eylemleri ve ürün önerilerini daha iyi belirleyebilir.

Kurumlar aynı zamanda müşteri görüşlerini de dijital süreçlere dahil ediyor. Örneğin, bir müşteri bir tür self servis portalda oturum açarsa yapay zeka destekli bir sohbet botu müşteriye tanıyabilir, profilini çıkarabilir ve sorularıyla ilgili ürün veya hizmeti tanımlayabilir. Bir sohbet botunun kişiyi ve satın alma geçmişini tanıması, pozitif bir müşteri deneyimi oluşturma nın dijital bir yoludur.

### Anlayışlı Müşteri Deneyimleri için Hizmet Çözümleri



Dynamics 365  
[Customer Service](#) >



Dynamics 365  
[Customer Insights](#) >



Dynamics 365  
[Customer Voice](#) >



[Power Virtual Agents](#) >





## 5. Bağlantılı bir müşteri deneyimi oluşturmak için müşteri hizmetlerini, saha hizmetini, sanal temsilcileri ve karma gerçekliği uyumlu bir şekilde bir araya getirin

Hizmet liderleri teknoloji çözümlerini keşfettiğinde, genellikle belirli bir sorunla başa çıkmak için bir çözüm ararlar. Örneğin, bir kurum yükselen müşteri taleplerini karşılamak için bir sanal temsilci ürünü satın alabilir veya saha ve üretim tesisi teknisyenleri için üretkenliği artırmak, uzman seyahati ihtiyacını azaltmak ve daha hızlı sorun çözümü sağlamak için karma bir gerçekliğe yatırım yapmak isteyebilir.

Bu yaklaşımdaki sorun, nokta çözümlerinin hizmet başarısı için kritik bir unsurdan yoksun olmasıdır: müşteri yolculuğundaki tüm uygulamalar arasında entegrasyon.



### Entegrasyonu temelleştirin

Nokta çözümlerini kullanan kurumlar, temsilcileri için ekstra işler oluşturmuş olur ve temsilciler, müşterinin kanallar arasındaki tüm faaliyetlerini görmek için birkaç sistemde gezinmek zorunda kalır. Tümüleşik bir çözüm, temsilcilere müşterinin tam bir resmini sunarak hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmet sunmalarını sağlar.

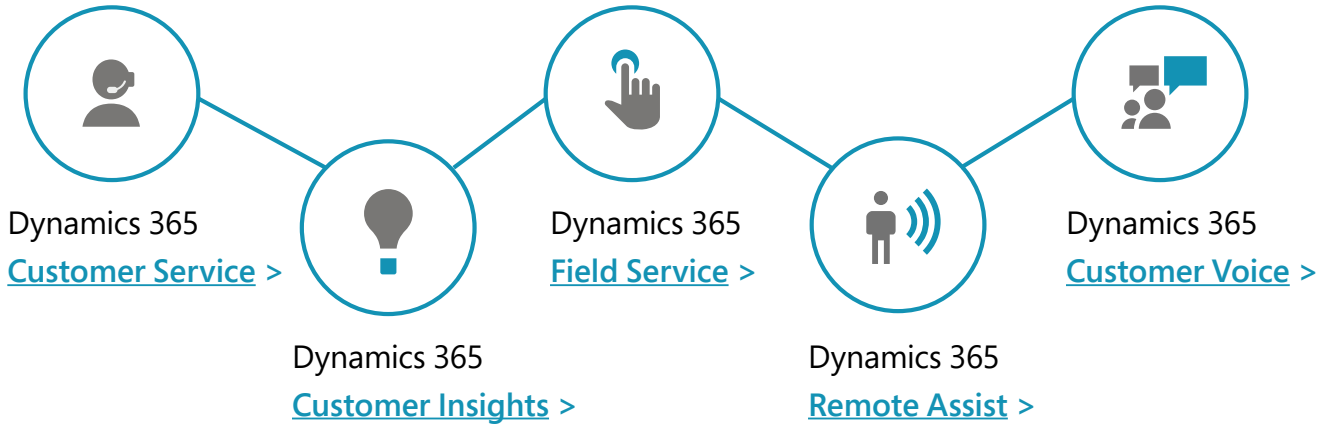


Nokta çözüm yaklaşımı, temsilcilere tümleşik bir çözümün otomatikleştirebileceği yönetimsel görevler yükler. Örneğin, tümleşik bir çözüm telefon temsilcilerinin otomatik bilet oluşturma, çağrı kaydı ve müşteri geçmişi belgeleri gibi çeşitli yönlerini bir araya getirerek temsilcilerin müşteri etkileşimlerine odaklanmasını sağlayabilir.

Tümleşik bir çözümle çalışmak aynı zamanda yöneticilere departmanlarının ve bireysel olarak temsilcilerinin performanslarına ilişkin daha iyi görünürlük sağlar ve bu da eğitim hedeflerinin ve yönünün belirlenmesine yardımcı olabilir.

Hizmet kurumları en azından birkaç tümleşik çözümle başlamalıdır. Tümleşik çözümlerden oluşan eksiksiz bir platformla çalışmak, her çözümün güçlü yönlerini yeni bir performans standardında bir araya getirir.

## D365 Hizmet Çözümleri



## Sonraki adımlar

Hizmet kurumları artık mevcut hizmet düzeylerini öncekilerle karşılaştıramaz. Müşteriler her ay yüzlerce tedarikçiyle iletişime geçer. İletişime geçtikçe de, sadece geçmişteki performansınızla değil, sektörünüzün içinde ve dışında yer alan diğer tüm kurumlarla da karşılaşırlar.

Perakende gibi bir sektördeki standart belirleyiciler, müşterilerin her kurumdan beklediği hizmet düzeylerini sunar. Bu, hizmet profesyonellerinin müşteri beklentilerini karşılamak ve kaliteli hizmet sunmak için mümkün olan her avantaja ihtiyacı olduğu anlamına gelir.

Doğru tümleşik teknoloji çözümü, sınırlı kaynak kullanarak müşteri taleplerindeki artıştan kaynaklanan gereksinimleri karşılamaya yardımcı olabilir. Tümleşik bir çözümün benimsenmesi sayesinde, müşteriyle ilgili bilgilerin müşterinin hizmet yolculuğu boyunca akışı sağlanabilir ve sonuç olarak müşterilerin deneyimleri daha kişiselleştirilmiş, müşteriyle ilgili ve olumlu hale dönüştürülebilir.

Kurumunuzun müşteri ve saha hizmeti ekiplerinin tam potansiyelini nasıl geliştirebileceğiniz hakkında daha fazla bilgi edinin.

**Bir satış danışmanıya bağlantı kurun**



©2020 Microsoft Corporation. Tüm hakları saklıdır. Bu belge "olduğu gibi" sağlanmıştır. URL'ler ve diğer internet web sitelerine verilen referanslar da dahil olmak üzere bu belgede ifade edilen bilgi ve görüşler önceden bildirilmeksizin değiştirilebilir. Belgenin kullanımından doğan risk size aittir. Bu belge size, Microsoft ürünlerinin fikri mülkiyeti konusunda herhangi bir yasal hak sağlamaz. Bu belgeyi şirket içi başvuru amaçlarıyla kopyalayıp kullanabilirsiniz.