

AKIŞ GYO A.Ş. MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ PROSEDÜRÜ



1. AMAÇ

Bu prosedürün amacı AKIŞ GYO ve yatırımcısı olduğu Alışveriş Merkezleri'nin müşteri ilişkileri ve müşteri hizmetleri ile ilgili geri bildirimlerin (görüş, öneri, şikayet, itiraz, anket vb) değerlendirmeye alınarak, müşteri memnuniyetinin izlenmesi, ölçülmesi ve memnuniyet seviyesinin artırılması süreçlerinde yer alan personelin yetki ve sorumluluklarını belirlenmesidir.

2. KAPSAM

Bu prosedür, AKIŞ GYO ve yatırımcısı olduğu Alışveriş Merkezleri'nin müşteri ilişkileri sürecinin müşteriden bildirim gelmesi ile başlayarak şirketin ilgili bildirim dönüş sağlamasına kadar olan süreçte takip edilmesi gereken aksiyonları kapsar.

3. SORUMLULUKLAR

Bu prosedürün uygulanmasından Departman Yöneticileri ile Satış ve Pazarlama Direktörü sorumludur.

4. UYGULAMA

Müşteri ilişkileri süreçleri aşağıdaki adımlarla takip edilmektedir.

- 1- Farklı kanallardan ulaşan müşteri görüş-öneri ve şikayetleri düzenli olarak takip edilir.

Müşteri şikayetlerinin geliş kaynakları

- AVM danışma noktası (görüş-öneri formları)
- Sosyal medya
- Websitesi
- Şikayet siteleri
- Telefon
- E-posta
- Anket
- Mobil uygulama
- Chatbot

- 2- Gelen müşteri görüş-öneri ve şikayetleri değerlendirilir, yanıtlamak üzere farklı departman görüşüne ihtiyaç varsa ilgili departman ile paylaşım gerçekleştirilir, konunun aciliyet durumu göz önüne alınarak öncelik sıralandırması yapıp max. 48 saat içinde dönüş yapılması sağlanır.
- 3- Gelen müşteri görüş-öneri ve şikayetleri değerlendirilirken Kriz oluşmasına yönelik risk içerdiği tespit edilirse Kriz İletişim Kitapçığı'nda yer alan adımlar takip edilerek ilgili aksiyonlar alınır. Kriz kitapçığındaki, tanımlama ve iletişim zincirine göre olaya müdahale edilir.
- 4- Müşteri görüş-önerileri ile ilgili olarak AVM Danışma ekipleri tarafından günlük şikayet raporları oluşturulur ayrıca AVM Pazarlama aylık olarak düzenlenen rapor üst yönetim ile paylaşılır. Yazılı ya da sözlü olarak gelmeyen fakat AVM personelleri tarafından duyulan müşteri görüşlerine de raporlamalarda yer verilir.
- 5- AVM mobil uygulamaları üzerinden düzenlenen müşteri anketleri ve ilgili durumlarda gerçekleştirilen kalitatif araştırmalar kapsamında müşteri memnuniyetleri ölçümlenir. (Net Promoter Score)
- 6- Yıl içerisinde belirlenen periyotlarda gerçekleştirilen AVM Gizli Müşteri araştırmaları sonucunda iyileşme sağlayacak faaliyetler belirlenerek ilgili departmanlar tarafından aksiyon alınır.
- 7- Konut projelerinde ise; ev sahiplerinin geri bildirim, talep ve şikayetlerinin değerlendirilerek, müşteri memnuniyetinin maksimize edilmeye çalışılması hedeflenmektedir. Müşteri talepleri, sözleşme koşulları ve ilgili yasal mevzuatlar ile uyumlu olması durumunda, ilgili departman yöneticilerinin, GM ve müşterilerin onayları sonrasında işleme alınır.