

Çağrı Merkezi Gelen Çağrılarındaki Bekleme Süresinin Azaltılması: Akıllı Dış Arama Uygulaması

Murat Sayın¹

¹Kuveyt Türk Katılım Bankası, Ar-Ge Merkezi, 34394, Esentepe, İstanbul
sayinmurat@gmail.com

Özet: Çağrı merkezi gibi hizmet veren her birim veya kurumdaki bekleme sorunu yaşanmaktadır. Çağrı merkezindeki bekleme sorunu, teknoloji kullanılarak ve yeni yaklaşımlarla azaltılabileceği bir uygulamayla incelenmiştir. Çağrı merkezine gelecek olan aramaların bazıları önceden belirlenmiş, akıllı dış arama sistemiyle ilgili çağrılar otomatik olarak aranmıştır. Bu şekilde gelen aramadaki yoğunluk çağrı merkezinin atıl kapasitesine aktarılmıştır. Müşteri gereksinimleri önceden belirlenerek proaktif yaklaşımla sorunun çözümüne gidilmiştir. Çağrı merkezine gelen arama yoğunluğuna ve bekleme sorununa, akıllı dış arama sisteminin etkisi incelenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Çağrı merkezi, bekleme süresi, kuyruk teorisi, akıllı dış arama.

Call Center Inbound Calls Waiting Time Reduction: Intelligent Outbound Calls Application

Abstract: There is a problem called waiting in the queue for any department or institution providing services similar to call centers' services. That article brought new approach to overcome waiting in the queue problem. After some expected calls were determined to call center, these calls were made thanks to intelligent outbound call system. In this way, density in the incoming calls transferred to idle capacity of the call center. Therefore, problem were solved by pre-determined and proactive approaches after customer requirements had been determined. The article also mentioned how the intelligent outbound call system affected the problem of the intensity of the incoming call and waiting in the queue.

Keywords: Call center, waiting time, queuing theory, intelligent outbound call

1. Giriş

Hizmet, işletmelerde başarının artmasını sağlayan önemli bir değerdir. Müşteriler için hizmet, alınan faydadır. Hizmet kalitesi firmanın kârını maksimum, olumsuzlukları ise minimum hale getirmeye yardımcı olmaktadır [1].

Bankacılık sektöründeki yoğun rekabet ortamında bankaların başarılı olabilmeleri hizmet kalitesini etkin kullanmalarına bağlıdır.

Bireysel anlamda bekleme ve kayıplar birçok sistem içinde geçerlidir. Beklemeleri en aza indirerek müşteri memnuniyetini arttırmak tüm hizmet veren çağrı merkezlerinin hedefidir [2].

Memnun müşteri oranı ne kadar artarsa, o müşterilerin kuruma bağlı olma oranı o derece artacaktır. Kuyruk durumunda temel aktörler müşteri ve hizmet verendir [3].

Bekleme sorunu günümüzde, özellikle hizmet sektörlerinde, sürekli karşılaşılan önemli bir sorundur. Bireysel anlamda hizmet alımları için beklemeler, hizmet veren sistemlerden ya da çalışanların yeterli olmayışlarından kaynaklanabilmektedir [4].

Sistemdeki bu tür aksaklıklar hizmet kalitesini olumsuz etkilemektedir.

Çağrı merkezlerinde müşteri şikayetlerinin başında müşteri temsilcisine ulaşmada geçen bekleme sürelerinin uzunluğu gelmektedir. Çağrı merkezi sektörü büyük bir hızla değişmekte rekabet giderek artmaktadır. Çağrı merkezleri, değişime ayak uydurabilmek, yeni stratejiler geliştirebilmek ve bunları uygulayabilmek için müşteri odaklı olmanın önemini bilmektedir. Bununla beraber amaç en çok müşteriye, en az bekleme süresi ile müşteri memnuniyetinden ve hizmet kalitesinden ödün vermeden, optimum sayıda müşteri temsilcisiyle hizmet verebilmektir.

Çağrı merkezleri gelen çağrılarını (Inbound) cevaplamının yanında müşterilere dış aramalar (Outbound) yaparak çeşitli hizmetlerde sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, yüksek olasılıkla çağrı merkezine gelecek aramaların sistem tarafından önceden tespit edilerek otomatik olarak aranması ve gelen çağrılara etkilerinin ortaya koyulmasıdır. Bu sistemde önemli katkı olarak, çağrı merkezinde zaman zaman atıl olan insan gücü kaynağı kullanılarak yapılması olmuştur.

2. Çağrı Merkezi ve Bekleme Sorunu İle İlgili Literatür Taraması

Bekleme sorununun sadece çağrı merkezi sektöründe değil, diğer sektörlerde de sorun olduğu yapılan araştırmalarla görülmüştür. Her sektör, kendi çalışma disiplini içerisinde soruna yaklaşarak çözüm yolları aramış ve hâlâ aramaya devam etmektedirler.

Bekleme hattı problemlerinin yapısını analiz edebilmek ve günlük yaşamdaki sorunlara uygulayabilmek için kuramla ilgili bazı temel kavramların bilinmesi gereklidir.

Aşağıda bu kavramlar kısaca açıklanmıştır:

Müşteri: İşveya hizmet istemiyle sisteme gelen her nesneye müşteri denir. Örneğin, muayene olmak için polikliniğe başvuran hastalar, tamir için sıraya konulan makineler, üretim için üretim hattına gelen yedekparçalar, yük boşaltmak için limana yanaşan gemiler vb. birçok olay müşteriye örnek teşkil eder. Çağrı merkezinde ise hizmet almak için arayan kişidir.

Servis Kanalı:Müşterilere hizmeti veya servisi veren sistem, süreçtir. Örneğin, poliklinikte hasta muayenesi yapan doktor, veznede tahsilât yapan veznedar, tamir için gelen makineleri tamir eden usta, üretim hattına gelen parçaları monte eden usta, limana yanaşan geminin yükünü boşaltan vinçler veya şahıslar servis kanalına birer örnektirler. Çağrı merkezinde ise IVR (Interactive Voice Response)[5] yada müşteri temsilci olarak adlandırılır.

Geliş Oranı (λ):Birim zamanda servis görmek üzere gelen müşterilerin sayısıdır.

Servis Oranı (μ): Gerekli müşteri hizmetlerini (servisi) gerçekleyen servis kanalındaki müşteri sayısıdır ve birim zaman periyodundaki müşteriler olarak belirlenir.

Servis kanalı daima meşgulse veya diğer bir deyişle boşzaman yoksa mutlaka gerçekleşmesi gereken servis oranı olduğuna dikkat edilmelidir[6].

Öncelik (Servis Disiplini): Servis istasyonunun, servis için müşteri seçiminde koyduğu ve uyguladığı politikalara servis disiplini denir. Servis disiplini seçimi maliyetleri etkileyen bir karar sürecidir. Dört tip servisdisiplininden söz edilebilir. Bunlar; F.I.F.O.(İlk Giren İlk Çıkar), L.I.F.O. (Son Giren İlk Çıkar), Rastgele Seçim ve Öncelikli Seçim'dir. Bu servis disiplinleri uluslar arası standartlarda F.C.F.S. (İlk Giren İlk Servis Alır), L.C.F.S. (Son giren ilk servis alır), S.I.R.O.(Rastgele Servis, GelişÖnemli Değil) ve GD (Genel Servis Disiplini) şeklinde de isimlendirilir [7].

Müşterilerin çağrı merkezini aramaları tamamen rastgeledir. Çağrı merkezini arayacak müşteri sayısı sonsuzdur, yani geliş kaynağı sınırsızdır. Hizmet almak için kuyruğa ilk katılan ilk olarak servis görür. Kuyruk disiplini ilk giren ilk çıkar kuralına uygundur. Her biri aynı hizmeti sunan, yani paralel hizmet veren çok kanallı servis birimleri söz konusudur.Müşterilerin çağrı merkezini aramalarında, ortalama geliş hızı λ

olan poisson dağılımlı, servis sürelerinin ise μ parametrelili üstel dağılıma sahip olduğu kabul edilir[8]. Hizmet almak için sisteme gelen müşteriler tek bir kuyruk oluştururlar ve kuyruk uzunluğu sınırsızdır. Kuyruk sistemine ilk gelen ilk hizmet görür. Sistemde c tane servis birimi ve kuyruk sistemine gelen müşteri sayısının n olduğu düşünülmektedir. Kuyruk sisteminin işleyebilmesi için geliş oranının c tane servis hızından daha küçük olması kabul edilmektedir. Kabulde $n \leq c$ ise kuyrukta bekleme olmayacak, $n > c$ ise n-c sayıdaki müşteri servis almak için kuyrukta beklemek zorunda kalacaktır [9].

Kapasiteyi aşan talep kaçınılmaz olarak kuyruk oluşmasınaşğalar.

Tablo 1. Çağrı Merkezi Hizmetine İlişkin Hizmet Kalitesi Ölçüm Sonuçları Tablosu[10].

Hizmet Kalitesi Ölçütü	İlgili Veriler	Ölçüm Değeri	Hedef Değerler
Müşteri hizmetleri için cevap verme süresi	20 saniye içinde cevaplanan aramaların yüzdesi	%...	≥ 80

Yükümlü işletmecilere yönelik ölçüt ve hedef değerler [10].

3. Çağrı Merkezi

Çağrı merkezleri teknoloji araçlarından biri olduğu gibi teknolojinin en yoğun kullanıldığı etkileşim merkezleridir. Müşteriler, teknoloji sayesinde ürün veya hizmetler hakkında en kısa zamanda bilgi elde edebilmekte ve istedikleri işlemleri anında gerçekleştirebilmektedirler.

Çağrı merkezleri, işletme ile müşteri arasındaki işlemlerin otomasyonlaştırılarak, haberleşmenin sağlanmasıdır[11]. Bireysel hizmet veren kişilerin yanı sıra müşterilerin işlemlerini yapabilmeleri için onları yönlendirebilen sistemler bütünüdür.

Günümüzde teknolojinin yardımıyla telefonla gerçekleştirilen hizmetlerin çoğu sanal ortamda da müşterilere sunulmakta ve müşterilerce gerçekleştirilebilmektedir. Müşteriye iyi hizmet sunmak ve rekabet edebilmek için Çağrı merkezleri etkili unsurlardır.

3.1. Uygulamadaki Çağrı Merkezi Hakkında

Uygulama özel bir bankanın çağrı merkezi baz alınarak gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çağrı merkezi, Türkiye'nin her yerine 7/24 hizmetvermektedir. Türkiye'de İstanbul, Ankara ve Konya olmak üzere 3 farklı yerde konuşlanmıştır.

Çağrı merkezi teknolojisinde uluslararası bir yazılım firmasının ip pbx santral ürünü ve bu ürüne entegre edilmiş iç kaynak kullanımı ile yazılmış müşteri temsilcilerinin müşterilere hizmet verdikleri yazılım kullanılmaktadır.

Çağrı merkezini hizmet almak için arayan müşteriler, sistem tarafından ACD (Automatic Call Distributor) [12] ile sıraya konarak kuyruğa katılırlar. Müşterilerden çağrı merkezine gelen aramalar tamamen rastgeledir.

Çağrı merkezinde mevcutta 100-150 arası müşteri temsilcisi vardiyalı olarak görev yapmaktadır. Müşteri temsilcileri görev tanımlarında bulunan aynı hizmetleri sunmaktadır. Çağrı merkezinde sunulan hizmetler; kayıp-çalıntı bildirimleri, şifre verme işlemleri, kredi kartı işlemleri, banka kartı işlemleri, telefonbankacılığı hizmetleri, internet bankacılığı teknik destek hizmetleri gibi çok sayıda işlemi kapsamaktadır. Genel çağrı merkezi hizmetlerinin her biri farklı süreler almaktadır. Örneğin, şifre verme işlemleri kısa sürede bitebilirken havale, eft işlemleri daha uzun süre alabilir. Müşteri temsilcileri mevcut müşterilerine hizmet verirken, kuyrukta işlem yaptırmak için sırasını bekleyen müşteriler beklemekten sıkılıp şikayet etmektedirler. Uzun süre bekleyen müşteriler olduğu takdirde çok sayıda müşteri şikayeti söz konusu olmaktadır.

4. Uygulama

Çağrı merkezine gelen müşteri ihtiyaç duyduğu an sistem tarafından tahmin edilmektedir.

İhtiyacı olan müşteriler belirlendikten sonra; müşterinin iletişim bilgilerine ulaşılarak, belli bir sistematığe uygun ve otomatik olarak aranmaktadır.

Arama sonrası müşteriye ulaşılmakta ve ihtiyacının giderilmesi için müsait olan müşterilerin sorunları çözüme kavuşturulmaktadır. Akıllı dış arama sistemi çağrı merkezinde, atıl zaman ve iş gücü olması halinde aktif olmaktadır. Uygulama iç kaynak kullanımıyla yazılmış olup, sistem otomatik olarak çalışmaktadır.

4.1. Verilerin Toplanması

Bankadaki internet bankacılığı giriş güvenlik adımları belli yanlış denemeler sonrası müşteri güvenliği sebebiyle otomatik olarak kilitlenmektedir. Bu noktada müşteriler kilitlerinin kaldırılması hizmetine ihtiyaç duymaktadır.

İnternet bankacılığı kilitlenen güvenlik adımları:

- Giriş şifresi
- SMS parola
- Parolamatik
- Cep Parolamatik
- Gizli kelime
- Mobil İmza

Müşteriler aşağıda yer alan kanallardan birini kullanarak kilit kaldırılması hizmetini almaktadır. Uygulama hayata geçmeden önce kanalların hizmeti verme payları Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2. Mart Ayı İnternet Bankacılığında Kilitlenen Güvenlik Adımlarının Açılmasında Kullanılan Kanallar

2012 Mart ayı verilerine göre	
Kanallar	İşlemlerin yapıldığı kanalların işlem payları (%)
Çağrı Merkezi	75,63
Şube	23,16
Diğer	1,21

Tablo 3. Nisan Ayı İnternet Bankacılığında Kilitlenen Güvenlik Adımlarının Açılmasında Kullanılan Kanallar

2012 Nisan ayı verilerine göre	
Kanallar	İşlemlerin yapıldığı kanalların işlempayları (%)
Çağrı Merkezi	77,79
Şube	20,61
Diğer	1,61
Toplam	100,00

Uygulama hayata geçtikten sonra kanalların hizmet verme payları Tablo 4'teki gibidir.

Tablo 4. Eylül Ayı İnternet Bankacılığında Kilitlenen Güvenlik Adımlarının Açılmasında Kullanılan Kanallar

2012 Eylül ayı verilerine göre	
Kanallar	İşlemlerin yapıldığı kanalların işlem payları (%)
Çağrı Merkezi	91,25
Şube	8,54
Diğer	0,21
Toplam	100,00

Eylül ayında toplam 14226 adet internet bankacılığı şifre kilitlenmesi yaşanmıştır.

Uygulama sonrasında güvenlik adımları kilitlenen müşteriler tespit edilmiş ve telefon iletişim bilgileri dahil olarak veri tabanına yazılmıştır. Güvenlik

adımları kilitli olan müşteriler, otomatik dış arama sistemiyle aranarak ulaşılan ve hizmet almaya o an için müsait olan müşterilerin gerekli güvenlik teyitleri alınarak kilitleri kaldırılmıştır.

Çağrı merkezi yönetimi, sistemin çalışma zamanının çağrı merkezindeki atıl zamanlarda olmasını talep etmiştir. Bunun sonucu olarak sistem atıl kalan müşteri temsilcilerine otomatik olarak çağrı çıkarmıştır. Uygulamadaki parametrik değer ile dış arama alan grup içindeki müşteri temsilcilerinden 2 veya daha fazlası boşta kaldığında, dış arama listesinde hizmet almayı bekleyen müşteriler aranmıştır. Aranılan müşterilere ulaşılması durumunda müşteri temsilcilerine aktarılmaktadır.

Tablo 5. Akıllı Dış Arama Eylül Ayı Sonuçları

Tarih	Şifresi Kilitlenen Müşteri Sayısı	Aranan Müşteri Sayısı	İşlemi Tamamlanan Müşteri Sayısı	Kilitlenen Müşteri Arama Oranı	Şifre Kilit Kaldırma Oranı
04.09.12 Salı	549	265	175	48,27%	31,88%
05.09.12 Çarşamba	517	332	241	64,22%	46,62%
06.09.12 Perşembe	509	379	271	74,46%	53,24%
07.09.12 Cuma	441	119	61	26,98%	13,83%
10.09.12 Pazartesi	545	346	262	63,49%	48,07%
11.09.12 Salı	440	267	203	60,68%	46,14%
12.09.12 Çarşamba	449	306	206	68,15%	45,88%
13.09.12 Perşembe	368	287	196	77,99%	53,26%
14.09.12 Cuma	487	289	213	59,34%	43,74%
17.09.12 Pazartesi	493	226	166	45,84%	33,67%
18.09.12 Salı	472	162	104	34,32%	22,03%
19.09.12 Çarşamba	356	217	166	60,96%	46,63%
20.09.12 Perşembe	374	306	228	81,82%	60,96%
21.09.12 Cuma	370	241	161	65,14%	43,51%
24.09.12 Pazartesi	389	273	205	70,18%	52,70%
25.09.12 Salı	420	378	280	90,00%	66,67%
26.09.12 Çarşamba	385	328	236	85,19%	61,30%
27.09.12 Perşembe	371	343	261	92,45%	70,35%
28.09.12 Cuma	399	314	227	78,70%	56,89%
Eylül Genel	8.334	5.378	3.862	64,53%	46,34%

Otomatik dış arama sistemi arama yapacağı zaman müşterinin hâlâ hizmet almaya ihtiyacı olup olmadığını kontrol etmektedir. Arama yapılacak müşterinin kilitli güvenlik adımı hâlâ var mı kontrolü sağlanır. Güvenlik adımı kilitliyse arama yapılır, kilitli değilse arama yapılmaz.

Aranacak müşteriye ulaşamama durumunda, dış arama sisteminin uyguladığı parametreler aşağıdaki gibidir:

- Tekil aramada en fazla 15 kez arama denemesi yapılsın.
- Telefon 3 kez meşgule alınırsa arama sonlandırılınsın.
- Meşgul ise tekrar arama zamanı 20 dakika sonrasına ötelensin.
- Ulaşamayan çağrıda tekrar arama zamanı 20 dakika sonrasına ötelensin.
- Cevapsız çağrıda tekrar arama zamanı 20 dakika sonrasına ötelensin.

Çağrı merkezinin bu sistemi kullanması sonucu oluşan veriler Tablo 5'deki gibidir. Sistem hafta içi 09.00 – 18.00 arası aktif olarak çalışmaktadır. Aşağıdaki veriler sistemin aktif olduğu zamandaki dış arama sisteminden alınmıştır.

4.2 Veri Analizi

Çağrı merkezinde akıllı dış arama sistemi devreye alınmadan önceki veriler Mart ve Nisan ayı verileridir. Bu verilere göre banka müşterilerinin, şifre kilit kaldırma işlemleri için çağrı merkezi ve şube kanallarından hizmet aldıkları görülmektedir.

Ağırlık olarak bakıldığında %75'den daha yüksek oranlarda hizmet alımı için çağrı merkezini kullandıkları belirgindir.

Akıllı dış arama sisteminin çalıştığı Eylül ayına bakıldığında oranlarda ciddi bir değişim hissedilmektedir. %90 üzerinde çağrı merkezi üzerinden hizmet verilmiştir.

Bu sonuca göre öncelikle şubeler üzerinden şifre kilidi kaldırılması hizmetinin, çağrı merkezine doğru kaydığı görülmektedir.

Buradaki sağlanan fayda çağrı merkezindeki atıl kaynağını kullanarak kuruma ek kaynak sağlamıştır. Şube üzerindeki iş yükü azaltılarak kurum içinde kaynak dengeleme yapılmıştır.

Eylül ayı kanal dağılım verilerinde %91,25 oranında hizmetin çağrı merkezinden yapıldığı görülmektedir.

Dış arama raporunda başarılı sonuçlanan çağrılarının %46,34 olduğu görülmektedir. Bu aradaki fark; akıllı dış arama sistemiyle aranan ancak başarısız sonuçlanan ve akıllı dış arama sisteminin aktif olmadığı zamanlarda çağrı merkezi üzerinden işlemi yapılan müşterilerden oluşmaktadır.

Eylül ayı akıllı dış arama verilerine bakıldığında sistem, şifresi kilitlenen müşterilerin % 64,53'üne ulaşmaya çalışmış, toplamda %46,34 oranında başarı sağlamıştır. Aradaki farkın, müşterilere aramalarda ulaşamaması ya da ulaşıldığında müşterinin işlem yaptırmamış olması gibi

müşteri kaynaklı nedenlerden dolayı hizmet verilememesinden kaynaklı olduğu görülmüştür.

Genel olarak bakıldığında toplam şifresi kilitlenen müşterilere %64,53 oranında akıllı dış arama sistemi ulaşmaya çalışmış ancak müşteri kaynaklı sebeplerden dolayı %46,34'üne hizmet verilebilmiştir.

Eylül ayı kanal dağılım raporunda şifre kilidi kaldırma hizmeti için çağrı merkezi üzerinden 12981 adetlik (%91,25) işlemyapılmıştır. Akıllı dış arama sistemi raporunda, Eylül ayı toplamı 8334 kişidir. Aradaki farkın sebebi akıllı dış arama sisteminde sadece sistemin aktif olduğu zamanlardaki verilerin bulunmasıdır. Örnek olarak; hafta sonları ve ay içi tüm gecelerde sistem aktif değildir.

Akıllı dış arama sistemi tarafından tespit edilen işlemlerin %64,53'ü sistem tarafından otomatik olarak aranmıştır.

$100 - 64,53 = 35,47$ 'lik oranda akıllı dış arama sisteminden arama yapılmamıştır. Bu farkın sebepleri aşağıdaki gibidir.

Aktarım yapacağı workgroup üzerinde 2 müşteri temsilcisi boş olduğunda arama yapmaktadır. Bu durum gerçekleşmediği takdirde arama yapılmamaktadır. Şifresi kilitlenen müşteri kendisi çağrı merkezini yada diğer kanalları arayıp hizmet alabilmektedir. Şifre kilidi kaldırılmış müşteriyi sistem aramaz. Akıllı dış arama sistemi arama yapmadan önce kontrol yapar ve müşteriyi gereksiz yere ikinci kez aramaz.

Diğer bir sebep ise akıllı dış arama sistemi kendisinin aranmasını istemeyen müşterilerin listesini kontrol eder ve arama yapacağı telefon numarası bu listede varsa aramayı, müşteri isteği doğrultusunda, iptal eder.

Akıllı dış arama sisteminin çağrı merkezine gelen aramalara etkisi incelendiğinde; hizmet, akıllı dış arama sisteminde başarılı sonuçla hizmet alan müşterilerin aynı işlem için gelen arama olarak gelmeyeceğini sağlamaktadır. Bunun sonucu olarak gelen aramalarda, başarılı hizmet alan müşteriler kadar düşüş gerçekleşecektir. Eylül ayı verilerine göre çağrı merkezine şifre kilidi kaldırma işlemi için gelen aramalarda, akıllı dış arama sistemi %29,75 oranında düşüş gerçekleşmesini sağlamıştır.

Eylül ayı baz alınarak hesaplama yapılmıştır.

Akıllı dış arama sistemindeki başarı; hizmet alan müşterilerin, çağrı merkezinden toplam hizmet alan müşterilere oranı şeklinde hesaplanmıştır.

Akıllı dış arama sistemindeki başarılı hizmet alan müşteriler = 3862 adet

Çağrı merkezinin toplam hizmet verdiği müşteriler = 12981 adet

$(3862/12981)*100=29,75$

Çağrı merkezi kuyruk sorununa etkisi incelendiğinde; akıllı dış arama sistemi Eylül ayında aktif olmasaydı dış arama çağrılarında olmayacaktı ve bu işlemler eski yöntemle gelen çağrı olarak gelecekti. Gelen çağrılar rastgele olarak geldiği için, kuyruk oluştuğunda gelip gelemeyeceği tahmin

edilememektedir. Dolayısıyla kesin bir etkisi tam olarak belirlenemez. Ancak, akıllı dış arama sisteminin verilere bakıldığında kuyruk sorununu azaltıcı bir etkide bulunduğunu söylemek mümkündür.

5. Sonuç ve Öneriler

Çağrı merkezlerinin en önemli görevi gelen ve giden telefon aramalarını gerçekleştirmektir. Gelen çağrılarının cevaplandığı çağrı merkezlerinde, ürünle ilgili olarak müşterinin soru ve şikayetleri alınırken, dış arama yapan çağrı merkezlerinde müşteri temsilcileri, müşterileri ürün ve kampanyalar hakkında bilgilendirilmekte, telefon üzerinden pazarlama yapmakta, müşteri verilerini güncellemekte, müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik anketleri yapmaktadır.

Uygulamanın yapıldığı çağrı merkezinde müşteri memnuniyeti göz önünde bulundurularak dış arama mümkün olduğunca az yapılması istenmektedir. Dış arama uygulamamızda yer alan örnekte olduğu gibi müşteri hizmete ihtiyaç duyduğu anda müşteriye ulaşmak için yada zorunlu hallerde yapılmaktadır.

Kuyruk ve bekleme kavramları günümüzdeki tüm çağrı merkezlerinde karşımıza çıkan bir sorundur. Sorunun optimal çözümlerle tam olarak giderilmesi mümkün görülmemektedir.

Kesin çözüm sağlamak istendiğinde müşteri temsilcisi sayısının ciddi oranda artırılması gerekmektedir. Bu durumda, atıl işgücü de artacaktır. Günümüz rekabet ve finansal koşullarında bu kabul görmemektedir.

Çağrı merkezini arayan müşterilerin arama zamanları sabit olmayıp, belirsiz bir biçimde gerçekleşmekte; bunun sonucunda da hizmet alımında birikmeler olmaktadır.

Bu çalışmada, bekleme sürelerine akıllı dış aramaların azaltıcı etkisi olduğu gözlenmiştir.

Çalışmanın temel noktası gelen aramaların kök sebeplerinin iyi tespit edilmesinde yatmaktadır. Sorunu veya ihtiyacı tespit edilen müşteri dış aramayla aranarak gelen çağrı olarak gelmesi engellenmiştir.

Dış aramaların önemli yanı çağrı merkezlerinin kendi imkanları dahilinde zaman ve işgücü planlaması yapabilmeleridir.

Çalışmamız bu bakımdan incelendiğinde çağrı merkezi hizmetine ihtiyacı olan müşteriler belirlenmektedir. Ardından, çağrı merkezinde atıl kaynak olduğu zamanda hâlâ ihtiyacı devam eden müşterilerin kontrolü yapıp, dış arama gerçekleştirilmektedir.

Bunun sonucu olarak, müşterilerin ihtiyacını kendi planladığı zamanda ve işgücünde karşılanmaktadır. Müşteri bekletilmeden ve ihtiyacı doğduğu anda bankanın sorunu tespit edip gidermesi müşteri memnuniyetini yükseltmiştir.

Sistemin başarı oranının artırılması için sistemin aktif kalma süresi arttırılabilir. Sistemin çalışması için 2 boşta kalan sayısı düşürülebilir. Ayrı dış arama ekibi kurularak yapılan işlemde uzmanlaşma sağlanarak işlem süreleri kısaltılabilir.

Çağrı merkezindeki gelen aramaların kök nedenleri belirlenerek bu uygulamadakine benzer akıllı dış aramalar arttırılarak gelen aramalar ve bekleme süreleri aşağıya doğru çekilebilir. Bu şekilde daha net zaman planlamalarıyla, daha gerçekçi iş gücü planlamaları yapılabılır.

6. Teşekkür

Yazar, Sinan Çekerekli, Merve Can Kuş Khalilov, Zeynep Yasemin Tekşen Altaş ve Sabri Murat Kısakürek'e çalışmanın tüm aşamalarındaki katkılarından ötürü teşekkür eder.

7. Kaynaklar

[1] Berry, Leonard L.; Parasuraman, A. and Zeithaml, Valerie A., "Improving service quality in America: Lessons learned", Academy of Management Executive, Vol. 8 Issue 2, pp.32-45(1994).

[2] Taha, H., "An Introduction To Operation Research" Mcmillan Publishing Comp. New York, 599, (1995).

[3] Yılmaz, Z., "Sayısal Yöntemler". Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 235, (1988).

[4] Öztürk, A., "Yöneylem Araştırması" 9. Basım, Ekin Kitabevi, Bursa, 736, (2004).

[5] Corkrey R., Parkinson L., "Interactive voice response: Review of studies 1989-2000", Behavior Research Methods Instruments & Computers, 342-353, (2002).

[6] Halaç, O., "Kantitatif Karar Verme Teknikleri (Yöneylem Araştırması)", Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 233-237,(1978).

[7] TAHA, A. H., "Yöneylem Araştırması", 6. Basımdan Çeviri, Çeviren ve Uygulayanlar Baray Ş.

A., Esnaf Ş., Literatür Yayıncılık, İstanbul, 618, (2002).

[8] Kazan H., Ergülen A., Çoruhlu N., "Banka Çağrı Merkezlerinde Bekleme Müşteri İlişkiler Yönetimi: Bir Kamu Bankası Uygulaması", İİBF Dergisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, C.XIV, S I, (2012).

[9] Tierauf R.J., Klekamp R.C., "Decision Making Through Operations Research", John Wiley, New York, s.427 (1975).

[10] "Elektronik Haberleşme Sektöründe Hizmet Kalitesi Yönetmeliği Ek-4'ün Uygulamasına İlişkin Tebliğ" Resmi Gazete Tarihi: 17.03.2012 Resmi Gazete Sayısı: 28236.

[11] Demirel, Y., "Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Bilgi Paylaşımı.", IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 157, (2006).

[12] http://en.wikipedia.org/wiki/Automatic_call_distributor.