

## Dijital dünyada müşteri yönetiminin 5 kuralı

Dijitalleşme ile birlikte alışveriş alışkanlıklarında köklü değişimler yaşıyor. Bu durum marka ve tüketici arasındaki ilişkileri dönüştürmekle sınırlı kalmıyor, aynı zamanda marka ve müşteri arasındaki ilişkinin yönetimini de geçmiş dönemlere nazaran daha ayrıntılı kılıyor. 150 yılı aşkın köklü geçmişiyle müşterilerine hizmet veren **Generali Sigorta**, dijital dünyada müşteri yönetimini kolaylaştıracak ve yol gösterici olacak 5 öneriyi sıraladı.

Generali Türkiye  
**Zeren Kurt Turan**  
+90 535 702 44 21  
[zeren.turan@generali.com.tr](mailto:zeren.turan@generali.com.tr)

Ajans Dijital Kalem  
**Özkan Özbey**  
+90 507 589 19 96  
[ozbey@ajansdijitalkalem.com](mailto:ozbey@ajansdijitalkalem.com)

### CRM yazılımlarından yararlanın

CRM (Customer Relationship Management - Müşteri İlişkileri Yönetimi) yazılımları, kolay kullanımları ve her sektöre hitap eden altyapılarıyla dikkat çekiyor. Müşteriler ile marka arasındaki sadakati artırmak, sorunlara yönelik hızlı çözümler üretebilmek ve potansiyel müşterilere dokunmak isteyen şirketlerin CRM yazılımlarının sunduğu avantajlardan yararlanması artık daha fazla önem taşıyor. Özellikle çok kanallı pazarlama stratejileri uygulayan şirketlerin iyileştirilmiş müşteri deneyimi için CRM yazılımlarını aktif bir şekilde kullanması gerekiyor.

### Hızlı reaksiyon gösterin

Markalar için dijital dünyada zaman yönetimi kavramı oldukça önemli durumda. Şirketlerin içinde buldukları sektörün davranış biçimine göre hareket ederek, müşterilerine karşı hızlı reaksiyon göstermesi, ilişki yönetiminde her zamankinden daha fazla önem taşıyor. Şirketlerin, gelen isteklere ve şikayetlere yönelik yanıt süreleri konusunda hassasiyet göstermeleri ve bu yönlerini güçlendirmeleri müşteri ilişkilerindeki bağı koruyor.

### Sosyal medyada farklılaşın

Marka ile müşteri arasındaki iletişimin kuvvetli ve sağlıklı olması için sosyal medyanın etkin ve doğru yönetiminin yanı sıra müşteri ile yaşam boyu ortak olduğu mesajını sunması dijital dünyanın son trendleri arasında yer alıyor. Ancak markaların hedef kitlelerine yönelik anket,



fokus grup veya araştırma yapmadan ve kısa-uzun vadeli stratejiler oluşturmadan sosyal medyayı yönetmesi, sosyal medyadaki erişimini-müşteri bağına belli bir noktanın üzerine taşıyamıyor. Markaların, kurum kimliğine ve felsefesine uygun tema, görsel ve reklam çalışmalarının yanı sıra müşteriyle bağ kurabileceği farklı opsiyonlara yönelmesi başarıyı beraberinde getiriyor.

### **Müşteriyi asla suçlamayın**

Dijital dönüşüm danışmanları tıpkı müşteriler gibi markaların da hata yapabileceğini söylüyor. Markaların yaşanan problemler karşısında soğukkanlı olması ve müşterileri suçlamak yerine probleme en uygun çözümü üretmesi gerektiğinin altı çiziliyor.

### **Kullanıcı deneyimine önem verin**

Kullanıcı deneyimlerini dikkate almak, müşterinin beklentilerini ve deneyimlerini anlama yolculuğunda önemli bir noktada yer alıyor. Şirketlerin, marka algılarının yanı sıra müşteriler ile bağın ve iletişimin güçlenmesi anlamında kullanıcı deneyimlerine yönelik adımlar atması, günümüzde gereklilikten öte zorunluluk olarak öne çıkıyor.

### **Generali Hakkında:**

Generali, uluslararası arenada güçlü varlığa sahip, bağımsız bir İtalyan Gruptur. 1831'de kurulan Generali, dünyanın lider sigorta şirketlerinden biri olup, 2020 yılındaki 70.7 milyar Euro toplam prim geliriyle 50 ülkede faaliyetlerini sürdürmektedir. Grup, dünya genelindeki 72.000'den fazla çalışanı ve 65.9 milyon müşterisiyle, Batı Avrupa'da lider konumda yer alırken, Orta ve Doğu Avrupa'nın yanı sıra Asya'da da giderek artan bir değerle varlığa sahiptir. Generali Grubu Corporate Knights 2020 yılı sıralamasında dünyanın en sürdürülebilir şirketleri arasında yer almıştır. Generali Sigorta A.Ş. ise 150 yılı aşkın süredir Türkiye'de faaliyet göstermektedir.