

EN İYİ MÜŞTERİ DENEYİMİ KRİTERLERİ

Günümüz koşullarında müşteri deneyimi yönetimi alanında kurumlar(markalar) ile müşteriler arasında oluşan ve deneyim henüz yaşanmışken takip etmek ve yaşadığı deneyimi olumsuz nitelendiren müşterilerin aklında markaya yönelik olumsuz tortu bırakmamak üzere hızlı aksiyonlar almak ve uzun vadede müşteri bağlılığının sürdürülmesi ile fark yaratan iletişim merkezlerinin ödüllendirileceği kategoridir.

Seçim Kriterleri

En iyi müşteri deneyimi kategorisi aşağıdaki temel konu başlıklarda değerlendirilecektir:

1. Müşteri deneyimi stratejileri
 2. Müşteri deneyimi uygulamaları
 3. Müşteri deneyimi ölçümleri
 4. Müşteri deneyiminde sürdürülebilirlik planları
- 1. Müşteri Deneyimi Stratejileri:**
 - a. Kurumun tanımlı müşteri deneyimi yönetimi stratejileri
 - b. Kurumun tanımlı müşteri deneyim yönetim modeli
 - c. Kurumun tanımlı müşteri deneyim manifestosu
 - d. Kurumun hâlihazırda yararlandığı deneyimsel araştırma metotları
 - 2. Müşteri Deneyimi Uygulamaları**
 - a. Fark yaratan müşteri deneyimi uygulamaları
 - b. Müşteri yolculuğu haritalama yöntemleri
 - c. Müşteri tutundurma ve tekrar kazanma yöntemleri
 - d. Deneyimsel segmentasyon
 - e. Deneyim tasarım süreci
 - f. Müşteri deneyimi komitesi uygulamaları
 - 3. Müşteri Deneyimi Ölçümleri**
 - a. Müşteri sadakat matris sonuçları
 - b. MDY ölçeği hazırlama süreci
 - c. MDY kullanılan genel ölçekler ve dönemsel sonuçlar
 - d. MDY kullanılan kuruma özel ölçekler ve sonuçlar
 - 4. MDY'de Sürdürülebilirlik Planları**
 - a. Sürdürülebilir müşteri deneyim yönetimi vizyonu
 - b. Sürdürülebilirlik planları

Bütün bu yukarıdaki konulara ilişkin yaklaşımların destekleyicisi sunulacak kanıtlardır. Asıl değerlendirme konulara ilişkin sunulan kanıtlara göre yapılmaktadır.

Bu kategorinin kazananı, kendine özgü yenilikçi ve benzeri olmayan biçimde çalışmalı ya da olağanüstü sonuçlar getirmiş olmalıdır.

NOT: Değerlendirme Kurulu, yukarıdaki kriterlere uygun aday olmaması halinde, bu kategorideki ödülü vermeme hakkına sahiptir.