

Demet Koçkal  
Göreve Başladı...

Sayfa 2'de...

Başkandan  
Mesaj

Sayfa 4'de...

Çağrı Merkezleri Derneği Bülteni nice MEDYA tarafından yayınlanmaktadır

Ağustos 2009 sayı: 1



[http://www.  
BuşiSeviyo  
rum.org](http://www.BuşiSeviyorum.org)



## ÇMD Harekete Geçti

3 Kasım 2008 tarihinde kurulan ÇMD, ilk Genel Kurul Toplantısı'nın ardından, kurucu üyeleriyle birlikte gerçekleştirdiği 27 Ocak 2009 tarihindeki basın toplantısı ile kuruluşları, amaçları ve üyeleri hakkında basın yayın organlarını ve kamuoyunu bilgilendirdi.

ÇMD basın duyurusu ile Türkiye'nin önde gelen basın kuruluşları ve bazı web sitelerinde haber olarak geniş yer tuttu. Bu haberlerden göze çarpan bazı başlıklar şu şekildeydi:



- \*Çağrı Merkezleri Sektörü Geliştirmek İçin Güçbirliği Yaptı
- \*Çağrı Merkezleri Tek Çatı Altında
- \*Çağrı Merkezleri Dernek Kurdu.
- \*Günde 1 Milyon Müşterisi Olan Çağrı Merkezi Dernekleşti.
- \* 30 Bin Kişiyi İş Çağırısı

“Okuldan mezun olduk olmasına da şimdi ne yapacağız?” diye düşündüğüm zamanlardı. Bir okulun mezunlar derneğinin bu kadar hızlı bir şekilde iş teklifi iletmesi pek sık olmayan bir durumdur. Şaşkınlık ve heyecan bir arada görüşmeye gittim. Her gün iş görüşmesine gitmiyoruz tabii, biraz heyecan olacak?

Önce mezunlar derneğinin işi tarif etmesi, sonra da firmanın insan kaynakları yöneticisinin açıklamaları ikna olmama yetti.

Ne yalan söyleyeyim, ben de çoğu kişi gibi geçici bir iş olarak düşünmüştüm

*Devamı 3. sayfada*



## Demet Koçkal Göreve Başladı

*1 Haziran 2009'da Çağrı Merkezleri Derneği uzmanı olarak göreve başlayan Demet Koçkal ilk mesajını bizimle paylaştı.*

“Üniversite mezuniyetimin ardından, hem yüzyüze kanallardan hem de çağrı alarak müşterilere ve bayilere yaklaşık 5 yıl süre ile hizmet verdim. Bu zaman diliminin iş hayatımın en eğitici ve en keyifli zamanları olduğunu hiç düşünmeden söyleyebilirim.

Bir zamanlar içinde olduğum bu sektörde, ÇMD Uzmanı olarak, şimdi daha farklı bir şekilde hizmet vermeye devam edeceğim için, hem çok büyük heyecan duyuyorum hem de edineceğim yeni ve değerli tecrübeler için kendimi şanslı buluyorum.

Çağrı Merkezi sektöründeki sıkıntılara çözüm getirebilmek, sektörü geliştirmek, sektörle ilgili kamuoyunu bilinçlendirmek ve sektör adına söz sahibi olmak amacıyla kurulan bu yapının içinde yer alarak, katkı sağlayabiliyor olmak ayrıca çok da gurur verici...

İnanıyorum ki, aramıza katılacak yeni üyelerimizle birlikte, kısa zamanda firmalara ve çalışanlara fayda sağlayacak büyük gelişmelerle dernek olarak adımızı sık sık duyuracağız.

Derneğimizle ilgili bilgi almak, üye olmak ve çalışmalarımızda bize destek olmak isteyenler, aşağıda verilen irtibat bilgilerinden bize ulaşabilirler.”

### **Demet KOÇKAL**

Çağrı Merkezleri Derneği Uzmanı

Tel : 0216 - 633 11 95

Faks : 0216 - 633 15 44



## Siz de zincirin bir halkası olun

*ÇMD üye adaylarının aşağıdaki şartları taşıması gerekmektedir;*

- Çağrı merkezi hizmeti sunuyor olması
- Bu faaliyetini en az 12 aydır sürdürüyor olması
- Çağrı merkezi hizmeti veren en az 50 adet müşteri temsilcisi olması
- Hizmet standardına yönelik asgari ACD (Otomatik Çağrı Dağıtım Sistemi – Automatic Call Distribution) ve/veya otomatik arama sistemi altyapısına sahip olması.

ÇMD çatısı altında iş ve güçbirliği oluşturabileceğimiz, bu kriterlere sahip olan kurumları üyelerimiz arasında görmekten mutluluk duyacağız.



ilk zamanlar. Böyle düşünmem de gayet doğaldı, çünkü üniversitede okurken böyle bir iş kolunun varlığından bile habersizdim. Sene 1996, Çağrı Merkezi ile ilgili yayınlanmış bir kitap yok, okullarda okutulan bir ders yok, profesyonel eğitim yok, sektör henüz yok veya olgunlaşmamış. İşte bu “yok”lar arasında ben “var”ım dedim ve bu kapıdan içeri girdim. İlk çağrı merkezim bir internet servis sağlayıcısının çağrı merkeziydi. Gerçekten ben ve benim gibi o “ilk göz ağrısı” ekipte bulunacak kadar şanslı insanlar için gerçek bir okul olmuştur orası. Öyle bir okuldu ki; öğretmen ve öğrenciliğin bu kadar iç içe olduğu, bir gün masada, öbür gün sahnede olduğunuz, öğretirken öğrendiğiniz bir okul.

Çağrı Merkezi kurulurken yaşanan heyecanı halen hatırlıyorum:

- Teknik sistemler?
- “Hazır, testler tamam”
- Süreçler?
- “Hazır, hepsi dokümanite edildi”
- İnsan kaynağı?
- “İK departmanımız işe alım için çalışmalarını hızlandırdı”
- Agent eğitimleri?
- “Agent eğitimleri!!? Onlara ne öğreteceğiz...?

6 ay gibi bir süreliğine dahi olsa agentlık yapmış olmamın hikayesi bu şekildedir. Önce bizler çağrı aldık, çağrı alırken işi öğrendik ve öğrendiklerimizi bizden sonra gelen ekiplere aktardık. Bu dönemin hayatımı ve verdiğim kararları nasıl etkileyeceğini o yıllarda bilemezdim tabii ki. Ama şimdi çok iyi anlıyorum. Agent gibi düşünebilmek ve onlar gibi müşteriye yakın olabilmek bir yöneticiye çok değerli avantajlar sağlıyor. Baştaki satırlarda yazdığım gibi; ilk zamanlar geçici bir iş olarak görmüştüm çağrı merkezini ama ilerleyen zaman bana bunun doğru olmadığını gösterdi: Her şeyden önce; sürekli yeni şeyler öğreniyordum ! ACD, ACW, AUX, Shrinkage, IVR, CTI, Abandon Rate, %ANS, SL, VDN, HuntGroup, SkillSet, vectoring, scripting, çağrı maliyeti, satış oranı, grafikler, raporlar, analizler... vs. İnsan, Teknoloji, Matematik, Analiz, Sorun Çözme, İkna kabiliyeti, Müşteri ilişkileri.... herşeyin birleştiği bir iş, çok heyecan verici... Ayrıca benim gibi genç insanlarla

çalışmak, sanki okul kampüsünü iş yerine çevirmişiz de hem eğleniyor hem çalışıyor modunda olmak da çok cazipti...! Sonraki yıllarda, sektörün istihdam yaratan sektörlerin ilk sıralarında yer aldığını gördüğümde de “işte vatana-milllete hizmet edebileceğin bir konu” diye düşündüğümü hatırlıyorum.

İşte tüm bunlar beni işime bağlayan faktörlerdi. Yıllar, yılları kovaladı ve geriye dönüp baktığımda 13 yıl geçtiğini görüyorum. Bu süreye üç ayrı çağrı merkezinde; agentlıktan takım liderliğine, kapasite planlama uzmanlığından MIS analistliğine, proje uzmanlığından ArGe yöneticiliğine, Outbound yöneticiliğinden inbound/outbound Çağrı Merkezi yöneticiliğine uzanan bir kariyer sığdırmışım. Ayrıca birçok proje, sosyal sorumluluk görevi, Anadolu’ya çağrı merkezi kurulumları, sektörümüzün dernekleşmesine katkı da yine bu 13 yıla sığmış durumda.

Tüm kariyerimin benim için en değerli en başındaki kısım yani “agentlık” görevidir. İyi ki telefon alarak bu mesleğe başlamışım ve iyi ki bu meslekteyim diyorum. Her gün bu meslekte yeni şeyler öğreniyorum ve çok mutlu oluyorum....

**Mehmet Akgün**  
FİNANSBANK Çağrı Merkezi  
Birim Yöneticisi





### **Bahadır Pekkan**

ÇMD Yönetim Kurulu Başkanı  
[www.cagrimerkezleridernegi.org](http://www.cagrimerkezleridernegi.org)

Ekonomik krizin etkilerinin derinden hissedildiği şu günlerde, çağrı merkezleri, müşteri memnuniyetini sağlamak ve müşteri bağlılığını artırmak için şirketlerin kritik stratejik iş ortakları konumundalar. Maliyetleri düşürükten memnuniyeti artırmak ikilemine çözüm üreten çağrı merkezleri, kurumsal müşterilerine en verimli servis paketini sunabilmek için çalışıyorlar. Bu denklemini kurabilmek için, müşteri hizmetleri, satış & pazarlama, teknik

# Başkandan Mesaj

destek, tahsilât gibi fonksiyonları kalite-fiyat dengeli servis paketlerine dönüştürebilmek gerekiyor.

Datamonitor'ün 2009 global araştırmaları, kurumsal müşterilerin dışkaynak çağrı merkezi seçiminde kritik olarak belirlediği konuların 4 ana başlığa yerleştiğini gösteriyor.

Uzmanlık ve dışkaynak hizmet deneyimi kurumsal müşterilerin en kritik bulduğu seçim kriteri olarak karşımıza çıkıyor. Müşteri Temsilcilerinin dil ve iletişim yeteneği her 2 müşteriden biri tarafından en kritik etken olarak adlandırılıyor. Dışkaynak Çağrı Merkezinin dikey ve yatay fonksiyonlarda uzmanlığa sahip olup entegre çözüm paketleri sunabilmesi ise müşterilerin %25'i tarafından kritik

yetkinlik olarak ifade ediliyor.

Fiyat her zaman olduğu gibi dışkaynak Çağrı Merkezi seçiminde en kritik konular arasında yer alıyor. Kurumsal müşterilerin %40'a yakın bir bölümü, düşük maliyetli çözümler sunmanın Dış Kaynak Çağrı Merkezleri için kritik bir yetkinlik olduğunu düşünmekte.

Teknoloji, Çağrı Merkezlerinde iki boyutuyla ön plana çıkıyor. Hizmetlerin kesintisiz, hızlı ve standart verilebilmesi teknolojik altyapının güçlü olması ile mümkün. Kurumsal müşteriler bununla yetinmeyip son teknoloji çözümler bekliyor. Her 4 müşteriden biri, self servis kanallar başta olmak üzere, çok kanaldan alternatif hizmetler alabilmeyi, Dış Kaynak Çağrı Merkezi seçiminde kritik faktör olarak görüyor.

