# Ek Bilgi: Tüketici Etkileşimi

## Tüketici deneyimi

Geleneksel olarak, hizmet sağlayıcılar müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla genellikle bir işlem tamamlandığında (örneğin bir olay çözümlendiğinde) ya da yıl içinde belirli aralıklarla memnuniyet anketleri uygular. Ancak bu tür anketlerin yoğun kullanımından ötürü, tüketicilerde geri bildirim vermeye istekli olmamalarına sebep olan bir “anket yorgunluğu” oluşmuştur. Buna ek olarak, anketler çoğu zaman etkileşimden çok sonra iletildiği için kullanıcılar ilgili deneyimi hatırlamakta güçlük çekebilir. Etkileşim anına dair net bir izlenim kalmadığından, verilen yanıtlar çoğu zaman eksik veya bağlamdan kopuk olur.

Bu nedenle CX (Tüketici Deneyimi) veya UX (Kullanıcı Deneyimi) ölçümleri, temas noktasıyla eşzamanlı olarak ve mümkün olduğunca sade bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Örneğin, tüketicilerin hizmet talebi oluşturduğu bir portala, yıldızlı puanlama ve isteğe bağlı kısa bir yorum alanı içeren küçük bir anket yerleştirilebilir. Bu tür geri bildirimlerin anlamlı ve zamanında olma olasılığı çok daha yüksektir. Benzer şekilde, eğer tüketiciyle doğrudan bir insan etkileşimi gerçekleşmişse, ilgili hizmet masası uzmanı standart bir soru yönelterek deneyim hakkında geri bildirim alabilir ve bu bilgi, ileride analiz edilmek üzere kaydedilebilir.

## Tüketiciye yönelik raporlama

Hizmet hedefleri ne olursa olsun, aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir:

* Hedefler; spesifik, ölçülebilir, ulaşılabilir, ilgili ve zamana bağlı (SMART) şekilde tanımlanmalıdır.
* Hizmet seviyesi ölçümleri, gerçekçi bir sıklıkta ve düzenli olarak yapılmalıdır.
* SLA hedefleri, kurum içi performans göstergeleri veya diğer tanımlanmış hedeflerle çelişmemelidir.
* Tüketiciler, SLA ölçüm sonuçlarına dair geri bildirim sunabilmelidir.