**MÜŞTERİ HER ZAMAN HAKLI MI!**

Şikâyet yoksa sorun yok mu?

Çok şikâyet varsa sorun mu?

**Markaların sağladığı hizmetler ve sunduğu ürünlerin çeşitliliği ile tüketicilerin markalardan beklentileri birbirlerini sürekli olarak yukarı çekiyor. Bu devinimin giderek hız kazanmasıyla markalar ve tüketiciler arasındaki ilişki biçimleri de değişiyor ve farklılaşıyor. Dolayısıyla gerek fiziksel gerekse dijital mağazalarda tüketicinin alışveriş deneyiminden memnuniyeti önemini arttırıyor. Twentify ve Acsight bu konuda ortak bir çalışma yaparak “E-ticaret”, “Perakende” ve “Tekstil/Hazır Giyim” kategorileri özelinde dikkat çeken başlıklara sahip bir araştırmaya imza attı.**

Genel olarak araştırma sonuçlarına bakıldığında, tüketiciler tarafında yaşadıkları memnuniyetsizlik karşısında şikayetlerini iletmeme eğilimi görülüyor. Markaların da şikayetleri iletme konusunda ağırlığı daha ziyade tüketiciye yüklediği ortaya çıkıyor. Peki, şikayetler neler?

Giyim alışverişlerinin yarısı internetten gerçekleşiyor!

E-ticaret kanallarında en çok giyim, sonrasında da market kategorilerinde alışveriş yapılıyor. Tüketiciler toplam giyim alışverişlerinin %48’ini online platformlar üzerinden gerçekleştiriyor. En fazla giyim alışverişi yapan kesim ise 18-24 yaş grubu.

Tercih edilen platformlar incelendiğinde “geleneksel” platformların öncülüklerini koruduğu görülüyor ancak görece yeni markların da kendilerine ait bir konum oluşturdukları dikkat çekiyor. Piyasanın tekelleşmemesi açısından yeni platformların tüketici deneyimini korumak için daha yoğun çaba göstermesi gerekliliği görülüyor.

Tüketici genel olarak online platformlardan memnun ancak alışveriş sıklığına göre memnuniyetsizlik oranı yeni firmaların aleyhine gözüküyor. Oldukça düşük oranlara sahip şikayetler de genellikle teslimat süresindeki gecikmelerle ilgili. Olumsuz deneyim yaşayanlar şikayetlerini daha çok telefon (%34) ve canlı chat (%34) yoluyla iletiyor. Öte yandan, şikâyetten sonra sorunu çözülenlerin oranının %66’da kalması dikkat çekiyor.

Olumsuz deneyim yaşayan müşterilerin büyük çoğunluğunun ise şikayetini firmaya herhangi bir kanaldan iletmediği gözlenmektedir. Şikayetlerini iletmeyip, yaşadıkları sorun hakkında hiçbir şey yapmayan katılımcılar ise Batı Karadeniz bölgesinde daha yoğun. (%60)

Zincir marketlerdeki müşteri kaybında en önde gelen neden personel ilgisizliği

Katılımcılar son üç ayda ortalama 3-4 farklı zincir marketten (%48) alışveriş yaptıklarını belirtiyor. Tek market kullanan tüketiciler sadece %12. Bu açıdan tüketicinin diğer marketlere alışkın olduğu ve sadakatinin düşüklüğü sebepleriyle deneyim takibi daha da önem kazanıyor.

Tüketicilerin en çok tercih edilen üç marka arasında marka geçişlerinin yoğun olması rekabette önemli bir noktaya işaret ediyor.

Alışverişte yaşanan sorunlar, personelin ilgisizliği (%25) ve ürünlerin bozuk çıkması (%23) noktalarına yoğunlaşıyor. Perakende tüketicisi genellikle şikayetlerini iletmemeyi tercih ediyor. Şikayetlerini iletenler ise daha çok markette çalışan personel ile iletişime geçmeyi tercih ediyor. Buna rağmen şikâyet çözümüne yönelik memnuniyet diğer iki kategori ile benzer oranlarda yer alıyor (%60).

Giyimde geleneksel markalar arasında gidip geliyoruz

Katılımcılar son 3 ayda ortalama 2-3 farklı marka/mağazadan alışveriş yaptıklarını ifade ediyor. Marka çeşitliliği açısından tekstil/hazır giyim kategorisinin diğer iki kategorinin gerisinde kaldığını söylemek mümkün.

Tüketicilerin mağazalarda en az sorun yaşadığı kategori tekstil/hazır giyim. Yaşanan sorunlar da perakende ile paralel biçimde personelin ilgisiz davranışları ya da hasarlı ürünler ile ilişkili.

Şikayetler daha çok mağazada çalışan personele iletiliyor, ancak perakendede olduğu gibi şikayetini iletmeme eğilimi de yüksek seviyede. Şikâyetin çözümüne yönelik memnuniyet de diğer iki kategori ile benzer seviyede.

**Bilgi İçin:**

**Tuğçe Oral / Müşteri Grup Direktörü –** tugce.oral@goodworks.com.tr – 0532 413 12 24

**Nilay Aydoğan / Müşteri Direktörü** – nilay.aydogan@goodworks.com.tr - 0536 229 16 08

**Twentify Hakkında**

2014 yılında kurulan Twentify, geliştirdiği teknolojilerle tüketicilere kendi ortamlarında ulaşarak, markalarla olan etkileşim anlarını çözümleyen ve markalara içgörü temelli büyüme fırsatları yaratan bir tüketici araştırma şirketidir. Kitle kaynaklı mobil araştırma paneli Bounty ile dünya çapında 1.3 milyondan fazla tüketiciye saatler içerisinde erişebilmektedir.

**Acsight Hakkında:**

2015 yılında kurulan Acsight, Cloud4Feed markası ile sahip olduğu müşteri deneyimi çözümleriyle işletmelere müşteri odaklı kararlar vermelerini sağlayarak marka değerlerini arttırmalarına ve müşteri memnuniyetlerini en üst seviyeye taşımalarına yardımcı olmaktadır.

Perakende Sektörü, Restaurant & Cafeler, Hastane & Sağlık Sektörü, Oteller & Konaklama Sektörü, Akaryakıt Sektörü, Sinema & Eğlence Merkezleri, Eğitim Sektörü ve Ulaştırma Sektörü gibi bir çok alanda farklı çözümleriyle marka ve işletmelere hizmet vermektedir.

​

Acsight, pazar araştırma kökenli ekibi ile müşterilerinin yaptıkları yatırımdan maksimum fayda sağlamalarını garanti altına alacak müşteri başarı hizmetlerini sağlamaktadır.