

TMME BASIN BÜLTENİ

24 EKİM 2011

Müşteri memnuniyetinde şampiyon markalar belli oldu

81 ilde, 8 bin 685 tüketici ile bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak hazırlanan **Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi 2011 yılı 2. çeyrek sonuçları** açıklandı. Su, Meyve suları, küçük ev aletleri, akaryakıt ve havayolu sektörlerinde müşteri memnuniyetini ölçen endekse göre; **Pınar, Erikli, Bosch, Opet, THY müşteri memnuniyetinde lider kuruluşlar olarak belirlendi.**

Türkiye Kalite Derneği (KalDer) ve uluslararası araştırma kuruluşu KA Araştırma ortak girişimi tarafından yürütülen, Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2011 yılı ikinci çeyrek sonuçları açıklandı. **2011 yılı 1. çeyreğinde 76.2 olarak ölçülen ulusal müşteri memnuniyeti endeksi, 2011 yılının ikinci çeyreğinde 0.1 puan düşerek 100 tam puan üzerinden 76.1** olarak gerçekleşti. Aynı dönemde Amerika da Müşteri Memnuniyeti Endeksi 75,7 olarak gerçekleşti.

TMME çalışması kapsamında, 2011 yılının 2.çeyreğinde Ambalajlı Su, Akaryakıt İstasyonları, Havayolları, Meyve Suları ve Küçük Ev Aletleri sektörleri ölçüldü. Ambalajlı Su sektöründe **Pınar Su ve Erikli, Akaryakıt İstasyonlarının da Opet, Havayollarında THY, Meyve Suları sektöründe Pınar Meyve Suları ve Küçük Ev Aletlerinde ise Bosch**, müşteri memnuniyetinde birinci sırada yer aldılar.

20'yi aşkın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede yürütülen ulusal müşteri memnuniyeti endekslerinin Türkiye uygulaması olan TMME, 2005 yılından beri değişik sektörleri ve bu sektörlerdeki kurumları kapsayacak şekilde her 3 aylık dönemde yapılıyor. 2011 yılı ikinci çeyrekte Türkiye çapında 81 ilde 8 bin 685 tüketiciyle görüşülerek 34 markanın ve diğer kategorilerinin müşteri memnuniyeti ölçüldü. Tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerden memnuniyetini sayısal olarak gözler önüne seren TMME, ülke genelinde de müşteri memnuniyeti bilincinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına da katkıda bulunuyor.

TMME sonuçlarını açıklayan **KalDer Yönetim Kurulu Başkanı A.Hamdi Doğan**, TMME çalışmasının Türkiye'de çok önemli bir misyonu yerine getirdiğini belirterek, "TMME ile; müşterilere tarafsız bir ölçümle sesini ve beklentilerini duyurma; kuruluşlara da, ülke genelinde ve sektöründe yerini, rakiplerinin durumunu görerek strateji geliştirme imkanı sunulmaktadır. Ölçülen kuruluşlar TMME kurumsal üyesi olarak ayrıntılı TMME raporlarına ulaşabilirler" dedi.

Yıllık TMME sonuçlarında bir önceki yılın aynı döneme göre 75.6'dan, 76.1'eyükseldiğini vurguladı. ABD sonuçları ile kıyaslandığında ise Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'nin 76.1 ile, ABD sonuçlarının (75.7) üzerinde seyretmeye devam ettiğini belirtti.

TMME BASIN BÜLTENİ

TMME çalışmasında kullanılan lisanslı ACSI/Fornell modelinin vatandaş memnuniyetinin ölçülmesi için de uygun olduğunu belirten Doğan; 20 yılı aşkın süredir Amerika'da bu model ile vatandaş memnuniyetinin de ölçüldüğünü ve önemli iyileştirmeler sağlandığını, Türkiye'de de vatandaş memnuniyeti ölçümlerine başlanması için devletin ilgili kurumlarının karar desteğine ihtiyaç duyduklarını söyledi.

Bu bültende yeralan TMME Q2/2011 endeks sonuçları, 13/Temmuz/2011 - 5/Eylül/2011 tarihleri arasında, TMME Ortak Girişim Kurucuları, Türkiye Kalite Derneği ve KA Araştırma Limited tarafından, 81 vilayette 8.685 müşteri görüşmesi ile, bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak toplanan verilerin, ACSI/Fornell Modeli ile özel olarak analizinden elde edilmiştir. Ulusal endeks sonuçları, son 1 yılda geriye dönük 4 çeyrekte yürütülen çalışmaların ortak analizinden elde edilmektedir. Yıllara göre TMME kıyaslama sonuçları; geçen yıl aynı dönemde yürütülen çalışmalardan, ABD - ACSI sonuçları; TMME sistemi ile aynı bilgi toplama ve analiz modelini kullanan ABD-Michigan Üniversitesi'nden temin edilmektedir. TMME metodolojisi, analiz modeli ve sonuçları ile ilgili daha detaylı bilgi için, TMME Yöneticisi Sayın Zeynep Zeytin(zeynep.zeytin@kalder.org)) ile görüşebilirsiniz.

TMME BASIN BÜLTENİ

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) 2006 - 2011 2. Çeyrek Sonuçları							American Customer Satisfaction Index (ACSI) 2006-2011 2. Çeyrek Sonuçları									
TMME Ulusal Endeksi		2006	2007	2008	2009	2010	2011	ACSI Ulusal Endeksi		2006	2007	2008	2009	2010	2011	
		73,9	74,1	73,4	75,2	75,6	76,1			74,4	75,3	75,1	76,1	75,9	75,7	
Sektörel Sıralama 2.Çeyrek 2006-2011							Sektörel Sıralama 2.Çeyrek 2006-2011									
Sıra	Sektör	TMME 2006	TMME 2007	TMME 2008	TMME 2009	TMME 2010	TMME 2011	Sektör	ACSI 2006	ACSI 2007	ACSI 2008	ACSI 2009	ACSI 2010	ACSI 2011		
1	Su *	80	82	80	79	79	80	Su	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor		
2	Meyve Sulan *	80	82	80	79	80	79	Meyve Sulan	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor		
3	Küçük Ev Aletleri	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	77	78	Küçük Ev Aletleri	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor		
4	Akaryakıt İstasyonları	78	78	77	75	78	76	Akaryakıt İstasyonları	71	70	74	76	70	Açıklanmadı		
5	Havayolları	Ölçülmedi	74	73	70	72	73	Havayolları	65	63	62	64	66	65		
Kurumsal Sıralama 2.Çeyrek 2006-2011							Kurumsal Sıralama 2.Çeyrek 2006-2011									
Sıra	Sektör	Kurum / Marka	TMME 2006	TMME 2007	TMME 2008	TMME 2009	TMME 2010	TMME 2011	Sektör	Kurum / Marka	ACSI 2006	ACSI 2007	ACSI 2008	ACSI 2009	ACSI 2010	ACSI 2011
1	Ambalajlı Su *		80	82	80	79	79	80	Ambalajlı Su		Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		1 Pinar		84	83	82	82	84								
		2 Entel		86	84	84	84	84								
		3 Nestle Purelife		83	83	81	83	82								
		4 Haya		83	82	79	79	81								
		5 Aytac		80	83	76	79	79								
		6 Sirma		75	80	76	79	78								
		7 Damlac		Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	76	78								
		Diğer		80	77	76	77	76								
2	Meyve Sulan *		80	82	80	79	80	79	Meyve Sulan		Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		1 Pinar		86	83	82	83	83								
		2 Cappy		81	79	82	81	82								
		3 İçim		85	85	83	80	81								
		4 Aroma		82	82	79	82	81								
		5 Tamek		84	79	80	80	81								
		6 Dimes		81	80	79	81	79								
		7 Meyvöz		Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	78	78								
		8 Meysu		73	77	70	74	72								
		Diğer		75	75	72	72	72								
3	Küçük Ev Aletleri		Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	77	78	Küçük Ev Aletleri		Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor	Ölçülüyor
		1 Bosch					82	83								
		2 Tefal					78	81								
		3 Philips					81	81								
		4 Braun					77	80								
		5 Beko					82	79								
		6 Arzum					79	78								
		7 Arçelik					82	78								
		8 King					74	72								
		9 Sinbo					70	71								
		Diğer					73	75								
4	Akaryakıt İstasyonları		78	78	77	75	78	76	Akaryakıt İstasyonları**		71	70	74	76	70	Açıklanmadı
		1 Opet		79	80	79	80	81								
		2 BP		77	76	74	74	78								
		3 Shell		79	77	77	80	76								
		4 Petrol Ofisi		77	76	73	77	75								
		Diğer		74	76	71	75	75								
5	Havayolları		Ölçülmedi	74	73	70	72	73	Havayolları		65	63	62	64	66	65
		1 Türk Hava Yolları		78	80	76	77	81			74	76	79	81	79	81
		2 Atlas Jet		76	71	66	75	75			67	69	62	68	71	64
		3 Anadolu Jet		Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	72			62	60	62	60	63	63
		4 Sun Express		Ölçülmedi	Ölçülmedi	Ölçülmedi	70	70			63	56	56	56	60	61
		5 Pegasus		68	66	68	68	67			62	61	54	59	62	61
		6 Onur Air		70	68	65	68	65			64	59	60	64	62	56
		Diğer		69	67	67	73	-			74	75	75	77	75	76

© Telif Hakları 2005-2011 - TMME - KalDer - KA Araştırma Limited

*Meyve Sulan ve Ambalajlı Su Sektörleri 2006 yılında Alkolsüz İçecekler Kategorisi altında ölçülmüşlerdir.

**Memnuniyet sadece sektör düzeyinde ölçülmüştür.

www.tmme.org.tr

3 | s a y f a

TMME

BASIN BÜLTENİ

Bu dokümanda yer alan bilgiler Türkiye Kalite Derneği ile KA Araştırma Ltd. ortak girişimi ile kurulan Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) çalışma grubunun lisanslı olarak kullanmakta olduğu ACSI/Fornell Modeli ile gerçekleştirdiği bilimsel araştırma sonuçlarını yansıtmaktadır. Her hakkı saklıdır. TMME, işbu çalışma raporu kullanılarak üçüncü kişilerce hazırlanacak hiçbir yazılı veya görsel dokümandan sorumlu değildir.

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME) hakkında

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME), 20'yi aşkın gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede yürütülen Ulusal Müşteri Memnuniyeti Endeksi'nin Türkiye uygulamasıdır. TMME, Türkiye Kalite Derneği-KalDer, KA Araştırma Limited ortak girişimi tarafından yürütülmektedir.

Ulusal Endeks'in oluşturulmasında, ülke içinde satın alınan belirli ürün ve hizmetleri sunan kuruluşlar için müşteri memnuniyeti anketleri yapılmakta, bu anket sonuçları özel bilimsel bir ekonometrik model (ACSI Modeli) kullanılarak analiz edilmektedir. Analiz sonuçları kurumsal, sektörel ve ulusal bazda endeksler halinde hazırlanmaktadır.

TMME'nin anket formu, müşteri tespit formları, uygulama modeli, endeks tespiti, istatistik ve ekonometrik analiz ve değerlendirme çalışmaları, tüm dünyada ana model kabul edilen ulusal endeks modelini yaratan, lisans sahibi CFI-Claes Fornell International ile ABD Müşteri Memnuniyeti Endeksi çalışmalarını (ACSI) 1993 yılından beri yürüten Michigan Üniversitesi yönetimi ve denetimi altında yürütülmektedir.

TMME'nin bilgi toplama ve kontrol çalışmaları, Avrupa Araştırmacılar Derneği (ESOMAR – www.esomar.org) ve Dünya Kamuoyu Araştırmacılar Derneği (WAPOR – www.wapor.org) uygulama ve etik standartları ve prensipleri doğrultusunda seçilen ve eğitime tabi tutulan bilgi toplama ve araştırma personeli tarafından yürütülmektedir. Tüm süreçler, Türkiye Kalite Derneği ve TMME Ortak Girişimi adına TMME Üst Kurulu ve TMME Yürütme Kurulu tarafından denetlenmektedir.

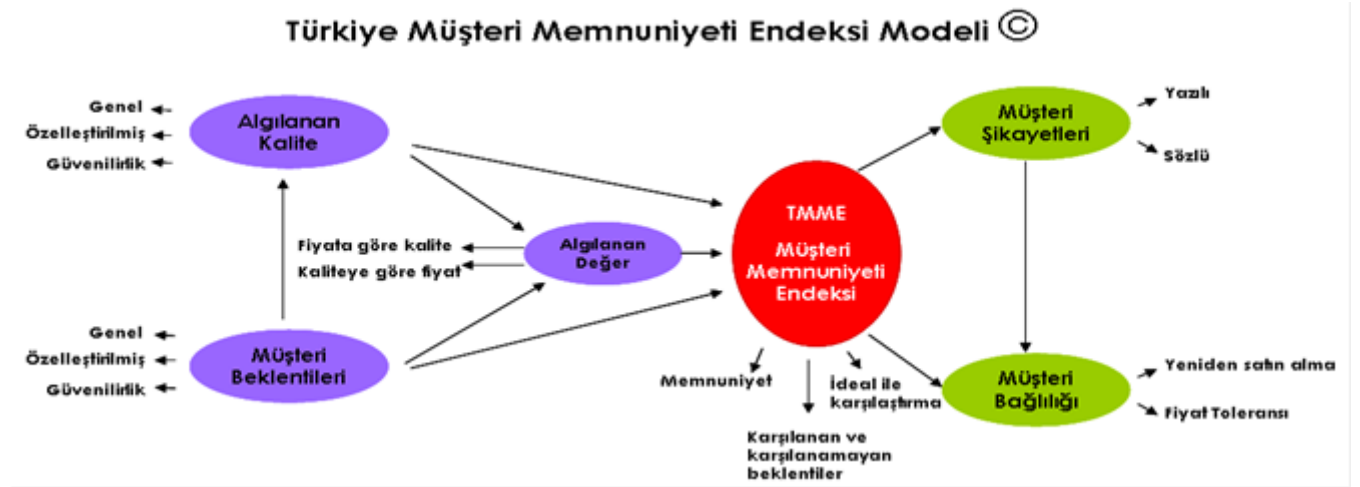
TMME çalışması 3 ayda bir yapılıyor

TMME çalışması, Türkiye çapında, değişik sektörleri ve bu sektörlerdeki kurumları kapsayacak şekilde her 3 aylık dönemde yapılıyor. Cep telefonundan gıdaya, otomobilden sigortacılığa kadar, onlarca değişik sektörde müşterilerin memnuniyet derecesinin güncel olarak ortaya konulması hedefleniyor. TMME'nin kurumsal üyeleri, araştırma sonuçlarını sektör ve kurum/rakip bazında elde edebiliyorlar. Kurumsal Üyeler, TMME Modeli kapsamında, Müşteri Memnuniyet Endeksi dışında, Müşteri Beklenti Endeksi, Algılanan Kalite Endeksi, Algılanan Değer Endeksi, Müşteri Şikayet Endeksi ve Müşteri Bağlılık Endeksi verilerine kurumsal, sektörel ve

TMME BASIN BÜLTENİ

ulusal bazda ulaşabilmekte, ayrıca endeksler arası etki modeli ile strateji üretebilmektedir. TMME'nin yılda 4 kez Ulusal Gelişim Raporları da hazırlanmaktadır.

TMME hakkında daha fazla bilgi için: www.tmme.org.tr



Müşteri Beklentileri

Beklentiler, müşterilerin ürün veya hizmet hakkındaki tecrübeleri, medya, reklam, satış elemanları ve diğer müşterilerden duyduğu bilgilere göre oluşur. Müşteri beklentileri, kalite ve ürün veya hizmetin ne kadar iyi performans göstereceği ile ilgili değerlendirmeleri etkiler.

Müşteri beklentisi değişkeni için; müşterilerin satın alma öncesinde mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili 'genel' ve 'ihtiyacı karşılama' ve 'güvenilirlik' (ne sıklıkta ürün ve hizmet hakkında olumsuz durumla karşılanacağı) açılarından önceden ne düşündüğü sorulmaktadır.

Algılanan Kalite

TMME tarafından ölçülen tüm şirketler ve sektörlerde, müşteri memnuniyeti üzerinde en çok etkisi olan unsur algılanan kalitedir.

Algılanan Kalite değişkeni için; müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili 'genel' ve 'ihtiyacı karşılama' ve 'güvenilirlik' (ne sıklıkta ürün ve hizmet hakkında olumsuz durumla karşılanacağı) açılarından ne düşündüğü sorulmaktadır.

Algılanan Değer

TMME

BASIN BÜLTENİ

Algılanan Değer değişkeni, müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetlerin kalitesine göre fiyatı ve ödenen fiyata göre kalitesi hakkında yaptığı değerlendirmeleri içerir.

TMME modelinde, algılanan değer, müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemekte ve müşteri beklentileri ve algılanan kaliteden ise etkilenmektedir. Algılanan değer, ilk satın alma kararında büyük öneme sahip olsa da, göreceli olarak memnuniyet ve tekrar satın almada daha az öneme sahiptir.

Müşteri Memnuniyeti

Müşteri Memnuniyeti değişkeni; müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmet için edindiği tecrübe ile 'ne ölçüde memnun kalıp kalmadığı', 'beklentilerini ne ölçüde karşılayıp karşılamadığı' ve 'ideal ürün/hizmete ne ölçüde yakın olduğu' konularında yaptığı değerlendirmeleri içerir.

Müşteri Şikayetleri

Müşteri şikayeti, belirli bir zaman dilimi içerisinde şirketlerin ürün veya hizmetleriyle ilgili problem yaşayan kişilerin oranı olarak hesaplanmaktadır. Memnuniyet müşterilerle şikayetleri ile ters orantılıdır.

Müşteri Şikayetleri değişkeni için; müşterilerin satın alma sonrasında mal ve hizmetler ile ilgili oluşan şikayetlerini üretici ve satıcılara kaç kez yazılı ve sözlü bildirdiği durumu sorulmaktadır.

Müşteri Bağlılığı

Müşteri bağlılığı, şirketin ürünleri veya hizmetlerini farklı fiyatlarda satın alma eğilimi ile ilgili sorular aracılığıyla ölçülmektedir. Müşteri memnuniyetinin müşteri kaybedilmemesinde pozitif etkisi bulunmaktadır, ancak bu etkinin büyüklüğü şirketlere ve sektörlerimize göre değişiklik göstermektedir.