

## İyi ve Güvenli Müşteri Deneyimi

GRI 3-1, GRI 3-2, GRI 3-3, GRI 418-1



MİGROS ETKİLEŞİM PLATFORMU (MEP) PROJEMİZ İLE EŞSİZ MÜŞTERİ DENEYİMİ YARATMAK İÇİN **VERİ ANALİTİĞİ, YAPAY ZEKA VE SES TEKNOLOJİLERİNİ** SATIŞ SONRASI SÜREÇLERİMİZE ENTEGRE EDEREK VERİMLİLİĞİ ARTIRMAYI AMAÇLIYORUZ.

Migros, kurulduğu yıldan bu yana müşteri odaklı yaklaşımı ile **en kaliteli ürünleri en uygun fiyata müşterileri** ile buluşturarak güvenilir satıcı kimliğini korumaktadır. Bugün Türkiye'nin 81 ilinde faaliyet gösteren hem fiziki mağazaları hem de online kanallarında binlerce ürünü müşterilerine en iyi alışveriş deneyimi ile sunmaktadır.

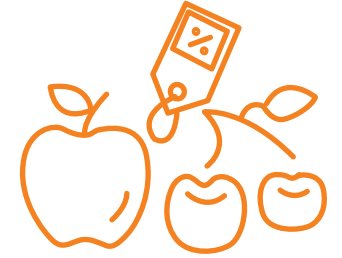
Bu doğrultuda tüketici davranışlarındaki dinamik değişimi ve sürekli güncellenen talepleri, yürüttüğümüz farklı araştırmalar, iletişim metotları ve geri bildirim araçları ile yakından takip ederek ve müşterilerimize sunduğumuz ürün ve hizmetleri çeşitlendirerek daha ileriye taşıyoruz.

Kaliteli, taze ve hijyenik gıdaya erişimi sağlamak için değer zinciri süreçlerimizde '**Alırken Güvenli, Saklarken Güvenli ve Satarken Güvenli**' prensiplerini uyguluyoruz. Tüm bu sürecin kendini sürekli yenileyebilmesinde müşteri iletişiminin de önemli bir etken olduğuna inanıyor ve öncelikli konularımızdan biri olarak ele alıyoruz.

Sağlıklı yaşamı destekleyen ürün ve hizmet portföyümüzün yanı sıra müşterilerimizi, doğru beslenme alışkanlıkları kazanmaları ve alışveriş tercihlerini bu yönde yönetebilmeleri için sağlıklı yaşam yolculuğu uygulamamız, farkındalık atölyelerimiz ve yemek tarifi paylaşımlarımızla da destekliyoruz.

Yapılan çalışmalar ile ilgili detaylı bilgiye **Sağlıklı Yaşamı Destekleyen Ürün ve Hizmetlerimiz** bölümünden ulaşabilirsiniz.

EN KALİTELİ  
ÜRÜNLER  
EN UYGUN  
FİYATA



MİGROS BİNLERCE  
ÜRÜNÜ MÜŞTERİLERİNE  
**EN İYİ ALIŞVERİŞ**  
DENEYİMİ İLE  
SUNMAKTADIR.

# İyi ve Güvenli Müşteri Deneyimi

## Müşterilerimizle Etkili İletişim

Müşterilerimize eşsiz alışveriş deneyimi sunarak ihtiyaç duydukları her noktada erişilebilir olmak için iletişim kanallarımızı sürekli geliştiriyor, müşterilerimizin tüm geri bildirimlerini en etkili ve hızlı şekilde cevaplamayı hedefliyoruz. Bu kapsamda, çalışmalarımızı, sahip olduğumuz **TSE ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi** gereklilikleriyle uyumlu olarak yürütüyoruz. Müşterilerimizden gelen tüm geri bildirimleri kayıt altına alıp gizlilik esaslarına uygun olarak değerlendirerek, maksimum 48 saat içinde çözümlüyoruz.





2022 yılında, yaklaşık 4,5 milyon müşteri geri bildirimini alınmıştır. Müşterilerimizden gelen tüm talep ve öneriler ilgili birimlerimizce özenle değerlendirilerek, çağrılarının %94'ü hedeflenen süre içerisinde çözümlenmiştir.

Sektörümüzün hızla değişen ve gelişen tüketici alışkanlıkları ve gereksinimlerini daha yakından takip edebilmek adına sistemsel altyapı çalışmalarımızı da eş zamanlı olarak yürütüyoruz. 2020 yılında çalışmalarına başladığımız **Migros Etkileşim Platformu (MEP)** Projemiz ile eşsiz müşteri deneyimi yaratmak için veri analitiği, yapay zeka ve ses teknolojisini, satış sonrası süreçlerimize entegre ederek verimliliği artırmayı amaçlıyoruz. 2022 yılında müşteri iletilerinin yaklaşık %35'i geliştirmiş olduğumuz insansız deneyim sağlayan self servis modülleriyle anında çözümlenmiştir. Müşterilerimizin bizi arama sebeplerini öngörmemizi sağlayan bir algoritmayla çalışarak **Müşteri İletişim Merkezimiz** kanalıyla her müşterimiz kişiye özel bir akışla karşılanmaktadır. Benzer şekilde kişiye özel tanımlanmış kampanya detayları, puan bilgileri, alışveriş geçmişleri, daha önceki talep ve iletişim tercihleri gözetilerek çözüm süreçlerimiz her müşterimiz için kişiselleştirilmektedir.

Müşterilerimize, **Alo Migros** hattımız sayesinde **telefonla sipariş verme imkanı** sağlıyoruz. Sipariş Hattı'mızı arayarak veya WhatsApp /SMS kanallarımızla mağazalarımıza siparişlerini iletebilen müşterilerimiz, ödemelerini kapıda veya teslim aşamasında kredi kartıyla ya da nakit olarak yapabiliyor.

Kurumsal WhatsApp hattımız ve e-ticaret **Chatbot kanalımız ile** müşterilerimizin ihtiyaçlarına anlık çözüm sunduğumuz bir hizmet modeliyle çalışıyoruz. Bu kanalları canlı destek hizmetiyle destekliyor, ihtiyaçların tam olarak karşılandığını garanti altına alıyoruz. **Sosyal Medya Takip Ekranlarımız** ile de sektörümüze dair yeni gelişmeleri, öne çıkan paylaşımları ve müşterilerimizin talep, soru ve ihtiyaçlarını etkin şekilde yönetiyoruz. Sosyal medya üzerinden 2022 yılında tarafımıza iletilen **12.132.245 içeriği takip ve analiz ettik**. Tüm yazılı ve dijital mecraları anlık olarak takip etmemizi sağlayan sistemlerimiz sayesinde olası kriz durumlarını hızlıca tespit ederek, gerekli aksiyon planlarını oluşturuyoruz. Potansiyel kriz içerik haritaları devamlı geliştirilerek proaktif önlemleri hayata geçirebilmek için kriz yönetimi prosedürlerimiz bulunuyor.

Her türlü iletişim krizimizi dinamik şekilde yürütmek üzere, Kurumsal İletişim Grup Direktörlüğü koordinasyonunda yer alan Kriz İletişimi Komitemizle çalışmalar yürütüyoruz. Tüm Genel Müdür Yardımcılıklarımız ve onlara bağlı direktörlüklerden oluşan şemamız doğrultusunda, her kriz konusuna yönelik olarak en üst yöneticiler komiteye dahil edilerek süreci yönetiyoruz. Kriz değerlendirmesinin ardından ise, yol haritası, aksiyon planı, sürecin takip ve raporlamasını yapıyoruz.

İletişim Kanalı	İletişim Adresi	Alınan Aksiyonlar
Müşteri İletişim Merkezi Hattı	0850 200 40 00	Müşteri İletişim Merkezi hattıyla Migros, Macrocenter, Migros Sanal Market, Macroonline ve Migros Hemen ile ilgili tüm iletiler cevaplanmaktadır.
Kurumsal WhatsApp Hattı	0530 300 13 00	Kurumsal WhatsApp hattı üzerinden ulaşan tüm iletiler Chatbot ile cevaplanmakta ve aynı kanaldan canlı destek hizmeti verilmektedir.
Mutlu Müşteri Hattı	444 75 15	Mutlu Müşteri Hattı ile Tazedirekt ile ilgili tüm iletiler cevaplanmaktadır.
Kurumsal E-mail Adresleri	iletisim@migros.com.tr, etik@migros.com.tr, surdurulebilirlik@migros.com.tr	Kurumsal e-mail adreslerimiz üzerinden ulaşan tüm geri bildirimler yanıtlanmaktadır.
Sosyal Medya Platformları	Migros Money mobil uygulama Migros Sanal Market mobil uygulama Twitter  Facebook  Instagram  LinkedIn 	Migros sosyal medya hesapları, Migros Money ve Migros Sanal Market mobil uygulamasından ulaşan tüm geri bildirimler yanıtlanmaktadır.

## İyi ve Güvenli Müşteri Deneyimi



### Müşteri Sadakati Programımız

Migros Money; yaklaşık **18,7 milyon aktif üye** sayısı ile 2022 yılında da **Türkiye'nin en büyük, en popüler ve en çok kullanılan sadakat programı** olmayı sürdürdü. Program ile **10,1 milyon tekil müşteriye indirim** ve 2,9 milyon tekil müşteriye ise kazandığı Moneyler karşılığında bütçelerine destek sağladık. Bu doğrultuda, izinli müşterilerimizin cinsiyet ve demografik özelliklerine göre alışveriş alışkanlıklarını ölçümleyebiliyoruz.

Migroskop kapsamındaki kampanyalar, Money kart üyeleri için kişiye özel sunulan **Tam Bana Göre** ve **Sağlıklı Yaşam Önerileri'nin** ve alışveriş geçmişlerinin takip edilebildiği Migros Money mobil uygulamasına, 2022 yılında toplam 2,5 milyon tekil kullanıcıyı 7 milyon kez erişmiştir.

2021 yılında lansmanını yaptığımız ve bir ilke imza atarak; aylık 9,99 TL karşılığında özel fırsatlar ve hizmetleri sunduğumuz ücretli **'Money Gold'** aboneliğini müşterilerimizle buluşturmaya 2022 yılında da devam ettik. Money Gold; Migros mağazalarımız ve Migros Sanal Market'ten yapılan alışverişlerde müşterilerimize ayda 60 TL'ye varan ekstra kazanç sağlamaktadır. Ücretsiz teslimat, ayda 2 adet favori üründe %50 indirim, **Kendi Kampanyanı Kendin Yarat'a** ayda 2 kez ekstra katılım hakkı, her Migroskop döneminde Money Gold üyelerine özel fiyatlı ürün ve akaryakıtta puan biriktirme fırsatıyla çeşitli avantajları Migros müşterilerine sunuyoruz.

Müşterilerine hızlı çözümler sunmayı amaçlayan Money, bireysel müşterilerinin yanı sıra ticari müşterilerinin de ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Yat Kart, Otel ve Restoran Kart ile Servis Kart müşterilerine yönelik iletişim faaliyetleri ve kampanya çalışmaları 2022 yılında da devam etmiştir.

### Müşteri Memnuniyeti ve Marka Araştırmaları

Capital tarafından gerçekleştirilen **'Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri'** araştırmasında üst üste **19. defa 'Perakende Sektörünün En Beğenilen Şirketi'** seçilerek, sektör bağımsız **'Türkiye'nin En Beğenilen 20 Şirketi'** arasında yerimizi aldık.

Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, kaçınılmaz bir sonuç olan tüketici alışkanlıklarındaki değişime göre çalışmalarımızı şekillendiriyoruz. Yeni ve kişiselleştirilmiş teknolojileri faaliyetlerimize entegre ederek, müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılamak için çözümler ve fikirler üretiyoruz. Bunun yanında eye tracking dahil olmak üzere, şirket içindeki farklı birimlerin stratejik kararlarına destek olmak, müşteri bağlılığını güçlendiren faktörlerle beraber, müşteri deneyiminin iyileştirilebilir yönlerini anlamak ve değişen tüketici ihtiyaçlarını tespit etmek için çeşitli metot ve içeriklerde, aylık periyotlarla, yıl içerisinde toplam **76.865 kişiyi kapsayan tüketici ve trend araştırmaları** gerçekleştirdik. Müşterilerimizle gerçekleştirdiğimiz görüşme, anket vb. araştırma araçlarından demografik, cinsiyet ve sosyo-ekonomik çeşitliliğin sağlanmasına özen gösteriyor ve sonuçları bu kısımlarda analiz ederek raporluyoruz. Elde ettiğimiz iç görü ve geri bildirimleri müşterilerimize sunduğumuz hizmetlerin geliştirilmesinde kullanıyoruz. Ayrıca, 2022 yılında

# 19. kez

## En Beğenilen

**ÜST ÜSTE 19. DEFA 'PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN EN BEĞENİLEN ŞİRKETİ' SEÇİLEREK, SEKTÖR BAĞIMSIZ 'TÜRKİYE'NİN EN BEĞENİLEN 20 ŞİRKETİ' ARASINDA YERİMİZİ ALDIK.**



## İyi ve Güvenli Müşteri Deneyimi

gerçekleştirdiğimiz Kurumsal İtibar Araştırması ile Şirketimizin paydaşlar ortalamasında elde edilen itibar endeksinin genel normun üzerinde olduğu belirlenmiştir.

Online ve fiziksel alışverişin iç içe geçtiği perakende dünyasında, 2022 yılı başında **Dijital Marketçinin Seyir Defteri Araştırmasını** gerçekleştirdik. Araştırma kapsamında, 144 katılımcıyla, online market müşterilerinin tansiyon noktaları, online alışveriş algısı, alışkanlıkları ve profiller bazında online market alışverişini motivasyonları ve davranış farklılıklarını anlamaya çalıştık. Alınan iç görülerin iletişim stratejilerine uygulanması sonucunda iletişim öncesi döneme kıyasla, günlük müşteri sayısında %46, yeni müşteri oranında %23, yeni müşterilerin siparişlerinin oranındaysa %20 artış sağladık.

2022 yılında Ipsos iş birliğinde **Migros Müşteri Bağlılığı Araştırması** yapılmış, araştırmaya katılan 1.290 kişiden düzenli alışveriş yaptıkları marketler için toplam 3.232 değerlendirme yapılmıştır. Araştırma kapsamında, Migros Müşteri Bağlılığındaki değişim geçen yıla göre gözlemlenmiş olup, Migros müşteri bağlılığı yaratmada en güçlü marketler arasındaki yerini bu yıl da korumuştur.

Migros genelinde 2022 yılında, mağazalardan alınan hizmetten, mağaza içi kampanya etkileşimlerinden ve personelden duyulan memnuniyetten yola çıkarak **genel müşteri memnuniyetini** Migros'a özel bir skor olan Müşteri Deneyimi Skoru ile takip etmeye başlamıştır. Yapılan 26.091 anket sonunda Migros Müşteri Deneyimi Skoru olarak 100 üzerinden 77 puan elde edilmiştir.

2022 yaz döneminde 405 Migros müşterisiyle, sürdürülebilirlik kavramına bakışlarını ve bu konudaki günlük pratiklerini anlamak için **Sürdürülebilirlik Trendleri** konulu anket çalışması yapılmıştır. Çalışma sonucunda, katılımcıların %78'i bir markanın çevreci/geri dönüştürülebilir seçeneklere sahip olmasının, marka tercihlerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Paralel şekilde müşterilerin %43'ü geçen yıla göre sürdürülebilir ürünlere daha çok yöneldiğini ifade etmiştir. Bu çalışma doğrultusunda müşterilerimizin talep ve beklentileri kapsamında hizmetlerimizi şekillendiriyoruz.



YIL BOYUNCA 76.865 KİŞİYİ KAPSAYAN TÜKETİCİ VE TREND ARAŞTIRMALARI GERÇEKLEŞTİRDİK.

