



SOCIAL CRM

**MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ
YÖNETİMİ**





MARKA CRM





SATIN ALMA KARAR SÜRECİ

1

PROBLEM

2

ALTERNATİFLER

3

DEĞERLENDİRME

4

KARAR

5

SATIN ALMA

6

DUYGULAR



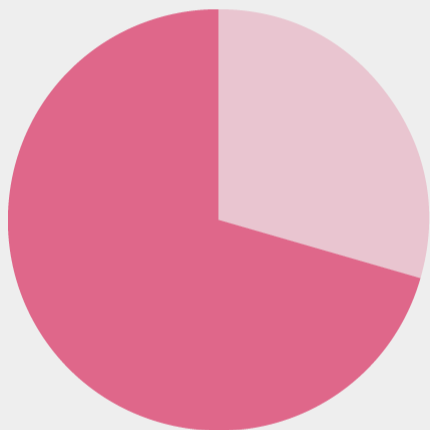


DUYGULAR



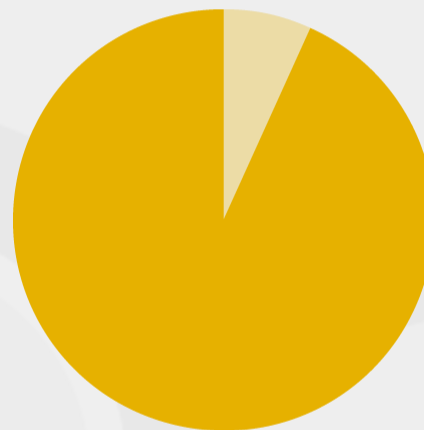


ARAŞTIRMA



70%

Satın Alma Öncesi
İnternet araştırması



90%

Sosyal Medyadaki
Tavsiyelere Güven





ALIŞKANLIKLAR





ŞİKAYETİ İLETMEME SEBEPLERİ

ZAMAN

İLGİ VE SONUÇ

KANAL

SÜREÇLER

OTOMATİK SİSTEMLER

DENEYİMLER

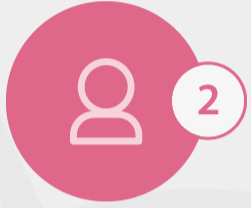




SÜREÇ YÖNETİMİ



1 İlgili soru ve şikayetlere erişim



2 İletişim ekibine otomatik atama yapılması



3 Cevapların verilmesi ve iletişimin devamı



4 Kullanıcı bilgilerinin sisteme kayıt edilmesi



5 Kategori ataması ve konunun kapatılması

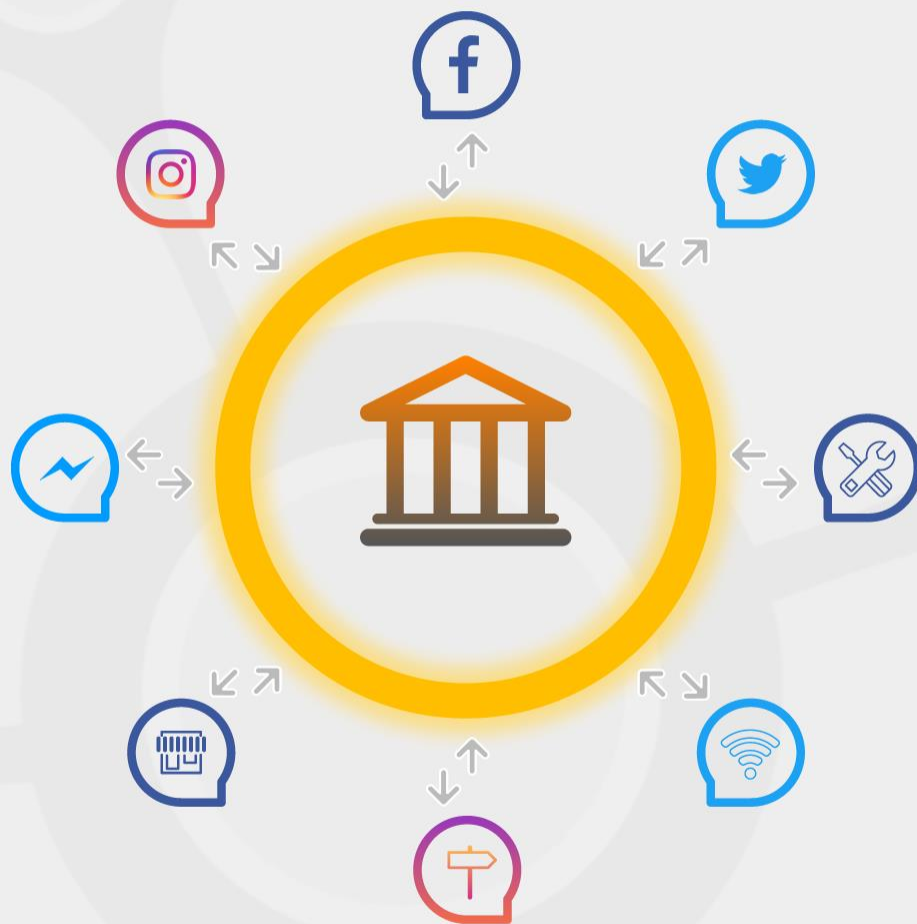


6 Ölçme ve değerlendirme





SOCIAL MEDIA





TEŞEKKÜRLER

@monitera

www.monitera.com

@metinkahraman

metin@monitera.com

