

SUMMITS

2-3-4
MAYIS
'24

Uluslararası AUS Zirvesi

Emniyetli | Güvenli | Yeşil | Entegre | Dayanıklı

4.5.2024

İnsan Odaklı Ulaşım

İLETİŞİM - MEMNUNİYET - İTİBAR

Dr. Ejder Ormancı

ejder.ormanci@dnoconsulting.com

DNO Değişim Yönetim Danışmanlık



AKILLI ULAŖIM?

AMA NASIL?

**Konfor - Güvenlik - Hız -
Sürdürülebilirlik - Direnç - Esneklik -
Dayanıklılık - Entegrasyon - Tasarruf -
EriŖilebilirlik - ...**

Akıllı cihazlar, akıllı Ŗehirler, akıllı sistemler, yapay zeka, bilgi teknolojileri, ulaŖım projeleri, teknik beceriler, eēitimli, tecrübeli, ehliyetli ve liyakatli kadrolar.

SUMMITS

2-3-4
MAYIS

Uluslararası AUS Zirvesi '24

Emniyetli | Güvenli | YeŖil | Entegre | Dayanıklı

AUS ile UlaŖımın
Dijital DnŖmne
nclk Etmek

Leading the
Digital Transformation
of Transport with ITS



**AUSTRKİYE
ITSTRKİYE**

Müşteri Her Zaman Haklı Mıdır?

KARGO – YOLCU - MÜŞTERİ



BEKLENTİYİ KARŞILAMAK

Şartlar değişti, beklentiler değişti.
Yayadan at sırtına...

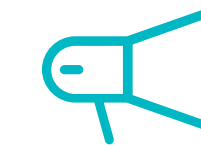
Kamyon arkasından uçakta business
koltuğa...

Beklentiler geliştikçe, hizmet zorlaşıyor.



1. Kural

Müşteri her zaman haklıdır.



2 Kural

Müşterinin haksız olduğu durumlarda,
1. kural geçerlidir.



AUSTÜRKİYE
ITS TÜRKİYE

SUMMITS
2-3-4
MAYIS
'24
Uluslararası AUS Zirvesi
Emniyetli | Güvenli | Yeşil | Entegre | Dayanıklı

Önce Müşteriye Saygı: İLETİŞİM

Ulaşım sektörü tüm sektörlerden etkilenen ve tüm sektörleri etkileyen bir sektör. Ulaşım imkanlarının kısıtlandığı bir dünyanın nasıl olacağını pandemide gördük! Ulaşım bu denli önemli iken, onun sürdürülebilir gelişimine odaklanırken en önemli veri kaynağı yolcu yani müşteri. Müşteriyle konuşmadan yapılan hiçbir çalışma amaca hizmet etmez.

Nasıl bir iletişim?

DİNLEYEN BİR İLETİŞİM

Akıllı ulaşım sistemlerinin bize sağladığı imkanları sonuna kadar kullanan, müşteriyi aralıksız ve kesintisiz bir iletişim halinde onu hem bilgilendiren ve tabii aynı zamanda da ondan aldığı verileri işleyip, o verilerden ulaştığı sonuçları ve o sonuçlar doğrultusunda ortaya koyduğu işleri tekrar müşteriye bilgi olarak sunan bir iletişim.

İTERAKTİF, ETKİN VE GERÇEKÇİ BİR İLETİŞİM.

SAMİMİ VE DOĞAL BİR İLETİŞİM.



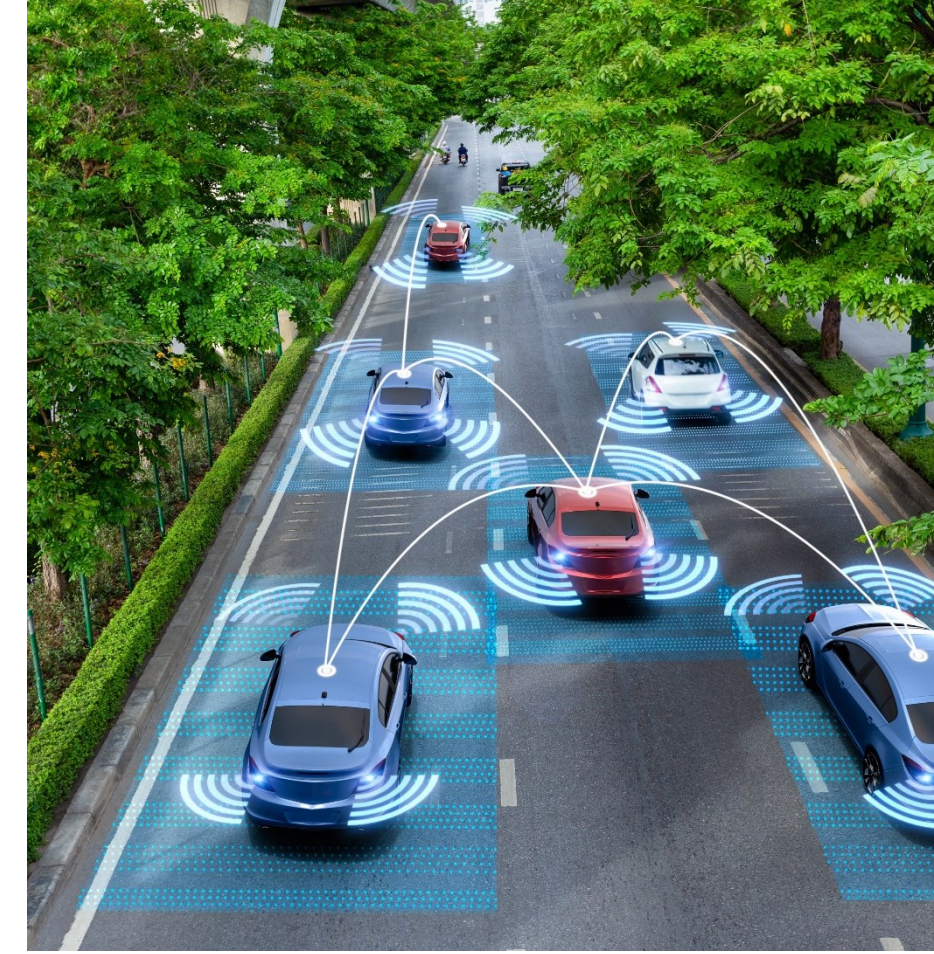
HANGİ ARAÇLARLA İLETİŞİM?



MOBİL UYGULAMA



SOSYAL MEDYA



**ARAÇ VE DURAK İÇİ
BİLGİLENDİRME**



GÖZ GÖZE, YÜZ YÜZE

HEDEF: Daha Yaşanabilir Bir Dünya

Bu hedef varmak için ulaşım sektörü adına yapılması gereken, bireysel kullanımı azaltmak ve tüm modlarda toplu ulaşımı özendirerek, cazip hale getirmek.



Akıllı Ulaşım için Akıllı İletişim



**YENİ SONUÇLARA ESKİ
YÖNTEMLERLE
ULAŞAMAYIZ**

- Duyan değil dinleyen, bakan değil gören, yazan değil okuyan bir yaklaşım.
- Seçeneksiz bırakılan müşteri, bireysel araç kullanımına yönleniyor.
- Mesaj veren yerine mesaj okuyan bir anlayış.



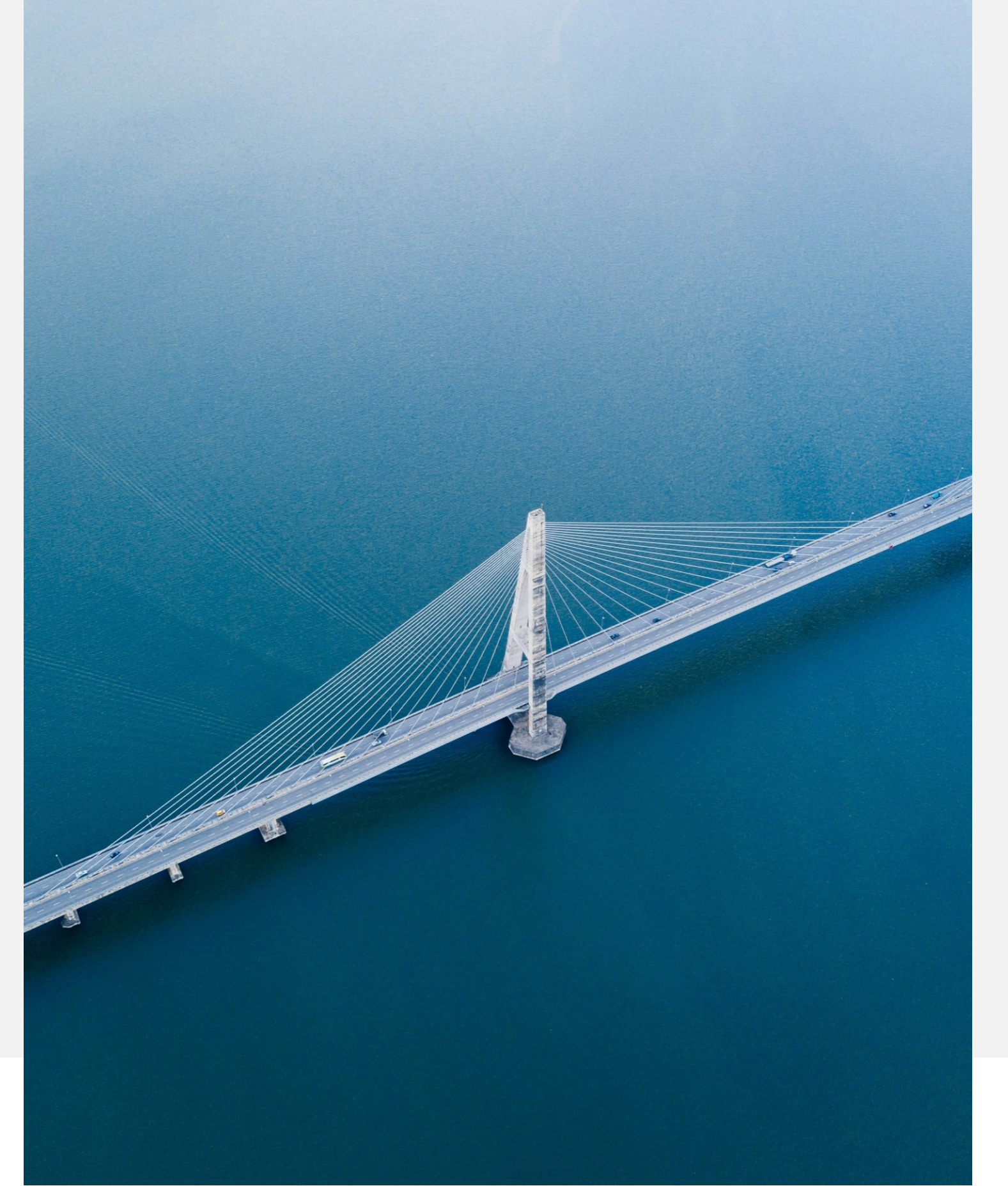
Memnuniyet

MÜŞTERİYİ NASIL MEMNUN EDERİZ?

Memnun olmak için binlerce sebep olsa da, memnuniyetsizlik için tek bir sebep yeterli!



% 100 mükemmel ya da hatasız sistemler kuramayacağımıza, kaynak yetersizliği sebebiyle her şeyi kontrol edemeyeceğimize göre, iletişim, memnuniyet ve itibar için akılcı ve bilimsel yönetime ihtiyacımız var!

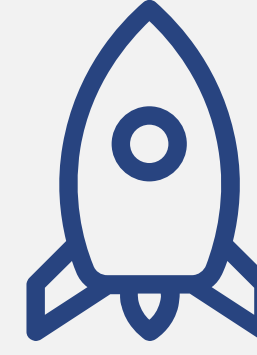


İletişim & Memnuniyet & İtibar (Yumurta – Tavuk – Yumurta)



İletişim

Çeşitli sektörlerde yapılan tüm akademik ya da ticari çalışmalar doğru iletişim yöntemleri ile samimi ve sahici bir iletişimin müşteri memnuniyetini geometrik çarpanlarla artırdığını ortaya koymakta.



Memnuniyet

Müşteri memnuniyeti artıkça ağızda ağıza yöntemi ile çarpan sayısı artan bir iç ve dış iletişim ortamı gelişmekte. Memnuniyet, memnuniyetsizlik kadar hızlı yayılmasa da, tüm araştırmalar, en iyi arka tutundurma çalışmasının iç ve dış müşterilerce yapıldığını gösteriyor.



İtibar

Doğru zamanda, mecra ve miktarda yapılan iletişim çalışması tarafından desteklenen müşteri memnuniyetinin doğal sonucu kurumsal itibar olarak karşımıza çıkıyor. İtibar ulaşıldığında iletişim ve memnuniyet için harcanan bütçeleri olağanüstü miktarda düşüren bir güce sahip.

KISITLI KAYNAKLARLA SINIRSIZ HAYALLERE ULAŞMAK



1. REKABET AVANTAJI YARATMAK

Sadece maddi varlıklar değil, değerler ve simgeler rekabet avantajına imkan sağlar. Değerler ve simgeler ancak doğru iletişim teknikleri ile kıymetli hale gelir.



2. SAMİMİ VE SAHİCİ BİR DİLLE İLETİŞİM

İç ve dış müşteriyi kabul edilebilir sınırlar dahilinde tatmin, mutlu ve memnun etmeden, allame-i cihan olsan ne fayda!



3. MÜŞTERİYİ PAYDAŞ YAPMAK

Memnun müşteri sorun yaşamayan müşteri değildir. Sorun yaşadığında o sorunu çözmek için gayret eden muhataplar bulabilen müşteridir.

İşimiz Gücümüz Odağımız İnsan



Empati



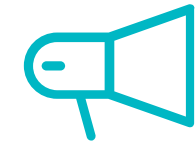
Dil

Dil / Duygu



Hz. Mevlana

Aynı dili konuşan değil, aynı duyguları paylaşanlar anlaşır.



Kalplere dokunmak

Kalpten kalbe köprüler, tüneller inşa etmek.



Akıllara Ulaşmak

Akıllı ulaşım sadece teknolojik bir olgu değildir!



KÜLTÜR FAKTÖRÜ

Kültür stratejiyi kahvaltı niyetine yer!
Peter Drucker



KÜLTÜR

MAYIN TARLASI

MÜŞTERİSİ İNSAN OLAN
HİÇBİR SEKTÖR, KÜLTÜREL
FARKLILIKLARI GÖZ ARDI
EDEREK STRATEJİ
KURAMAZ.

Değil farklı ülkelerde ya da
şehirlerde, şehirlerin
içindeki farklı bölgelerde
dahi iletişim stratejileri
farklılık gösterebilir.

STRATEJİ

SÖYLEMESİ KOLAY

DÜN DÜNLE GİTTİ
CANCAĞAZIM. BUGÜN
YENİ ŞEYLER SÖYLEMEK
LAZIM.

Günümüzde strateji belgeleri,
eskiye oranla çok daha sık
aralıklarla gözden geçirilerek,
insan odağı için ince ayarlar
yapılması elzem.

İNSAN

BİRİCİK / EŞSİZ

HER STRATEJİ, AYNI
KÜLTÜRE AİT OLSA BİLE,
HER İNSAN İÇİN BAŞARILI
OLMAZ. KEZA DÜNYADA
KAÇ İNSA VARSA, HEPSİ
EŞSİZ VE BİRİCİKTİR.

Kişisel farklılıklara fırsat
veren, alan açan, imkan
sağlayan ve hatta destek
veren bir iletişim yaklaşımı

İnsan Odaklı Akıllı Ulaşım İçin Örnek İletişim Stratejileri



1.

Yolculuklar esnasında müşterilerin eşsiz deneyimlerini paylaşabilecekleri pratik iletişim araçları/mecraları geliştirmek

2.

Müşterilerin geri bildirimlerine makul sürede ve robotik ya da sıradan olmayan, içi dolu ve anlamlı geri dönüşler yapmak

3.

Müşterilerin memnuniyetlerinin iletişimini yaparken, memnuniyetsizliklerini şeffaf ve kolay şekilde ifade edebilecekleri iletişim platformları geliştirmek

4.

Kriz iletişimin normal iletişimden başka bir şey olduğunun farkında olarak, kriz olmadan kriz iletişimi senaryolarını çalışmak

5.

Farklılaşmak ve sıra dışı konumlanmak için dış müşterilerden daha fazla iç müşteriye dokunmak gerektiğini bilerek, çalışan memnuniyetine odaklı iletişim planları yapmak

6.

Akıllarda yer edinmekle yetinmeyip, kalplerde yer edinmeye yönelik iletişim çalışmaları yapmak.

Müşteri Memnuniyetine Giden Mayınlı Yollar



1. Güvenlik

Yolcu iletişimde güvenlikle ilgili sahip olunan tüm yetenekler üzerine vurgu yapılarak kullanılabilir

2. Konfor

Müşterilerin konforuna yönelik fark yaratan uygulamaların iletişimi daha çok bağırlarak yapılabilir

3. Hız

Hız çağında en büyük rakip olan bireysel araç kullanımı ile toplu ulaşımı mukayese eden avantajlı durumların PR çalışmalarına odaklanılabilir

4. Entegrasyon

Entegre ulaşım sistemleri, MAAS uygulamaları, bireysel araç kullanımına alternatif olan iyi örneklerle vurgu yapılabilir

5. Sürdürülebilirlik

Dünyanın sürdürülebilirliği özellikle yeni kuşaklarda daha fazla bilinçli şekilde sahiplenilmekte. Bu tandans toplu ulaşımın güçlendirilmesi adına kullanılabilir

6. Ekonomi

Toplu ulaşımın en büyük avantajlarından biri kuşkusuz ekonomik oluşu. Bu özelliği karşılaştırmalı şekilde kamuoyu ile daha yoğun paylaşılabilir

Kurumsal İtibar Bileşenleri

1. Duygusal Çekicilik

Kurumu zor zamanlarında sahiplenen sadık müşteriler

2. Ürün ve Hizmetler

Ürün ve hizmetlerde sürdürülebilir kalite

3. Finansal Performans

Uzun vadede finansal zorlukları aşabileceğine dair net mesajlar veren güçlü bir kurumsal ekonomik altyapı

4. Vizyon ve Liderlik

İnsan kaynağındaki kaliteyi iş süreç ve sonuçlarına taşıyıp bunu görünür kılabilen yetenekli bir yönetim kadrosu

5. İş Yeri Koşulları

Çalışan memnuniyetini müşteri memnuniyetine taşıyacak seviyede bir mutlu güvenli huzurlu iş yeri tablosu

6. Sosyal Sorumluluk

Dokunduğu tüm paydaşların dertleriyle dertlendiğini samimi ve sahici şekilde ortaya koyabilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri

Kalpten Kalbe Uzanan Köprüler



İletişim



Memnuniyet



İtibar



Teşekkürler

Ejder Ormancı
DNO Değişim Yönetim Danışmanlık
ejder.ormanci@dnoconsulting.com