

# CPP'den Dışkaynakta Farklı Bir Model



“ Bir iş ortağımızın adres veritabanını güncelleme ihtiyacı vardı. Yaklaşık 500 bine yakın müşterisini maliyetini biz karşılayarak taradık. Bunu kendi çalıştığı dışkaynak şirketi ile yaptık. Akabinde de adresini güncellediğimiz müşteriye kart koruma planını teklif ettik. ”



CPP Türkiye hızla büyüyen bir şirket. İlk faaliyete geçtiği 2007'nin son çeyreğinde 500' e yakın müşteri kazanmış. 2008'de bu rakam 40.000 müşteriye yükselirken 2009'da 140.000'in üzerinde bireysel müşteriye dönüşmüş. Bugün ise 300.000'in üzerinde müşterisi bulunuyor.

## KART KORUMA PLANI NEDİR?

Çantanızı ve dolayısıyla içinde cüzdanınız ve kredi kartlarınızı çaldırdınız. CPP'den kart koruma planı sahibi bir müşterinin bu durumda tek yapması gereken bir numarayı aramak; 444 1 277'i yani CPP çağrı merkezini.

CPP çağrı merkezinde müşteri temsilcisi, cüzdanda bulunan tüm plastik kartlar için tek bir merkezden müşterisi adına bankaları ve kartı veren firmanın müşteri hizmetleri merkezini arıyor, önce kart iptalini yaptırıyor, ardından da bu kartlarla ilgili yenileme taleplerini iletiyor. Bu ürünün can alıcı noktası müşterinin bütün bu işlemleri tek bir telefonla tek bir yerden yaptırabilmesi. Zira kayıp çalıntı durumunda ilk önce cüzdanınızda hangi kartlar olduğunu hatırlamanız, daha sonra da tek tek aldığınız firmayı aramanız gerekiyor.

Ürün, iki noktada müşterisine fayda sağlıyor: Biri teminat (sigorta) tarafı, diğeri asistans tarafı. Sigorta tarafında kayıp çalıntı bildirimini 24 saat içinde yapıldığı takdirde 2.000 TL'ye kadar teminat altında, kayıp çalıntı bildirimini yaptıktan sonra oluşacak zararlarda ise 50.000 TL'ye kadar olan olan kayıp teminat altında oluyor.

CPP, kendisi bir çağrı merkezi olmadığı halde Türkiye çağrı merkezi pazarı için özellikle dışkaynak konusunda şimdiye kadar hiç şahit olmadığımız, bizi bambaşka noktalara sürükleyen çalışmalara imza atan bir firma.

Zira CPP ürünü, Kart Koruma Planı'nı kendisi değil, bankalar üzerinden banka müşterisine satışa sunuyor. Bunu yaparken hem bankaların ihtiyacı olan dışkaynak aramanın maliyetini karşılıyor, hem bunu bankanın kendi dışkaynak firması ile yapıyor, hem tüm süreçlerinde yanında oluyor, hem de her satıştan bankaya para kazandırıyor.

Bunun bir adım sonrası ise bankanın gelen çağrılarını karşılamak... Bütün bu çalışmalar sektör profesyonellerinde "dışkaynakta bir taşla bir kaç kuş" durumunu aratabilecek nitelikte. Bütün bu farklı çalışmaların CPP Türkiye Satış ve ADK Yönetimi Grup Müdürü Yunus Mücaz ile görüştük.

CPP 1980'de kurulan uluslararası bir şirket. Tamamen life assistance (modern yaşam destek pazarı) üzerine kurulmuş. CPP'nin uzmanlık alanı aslında şu sorunun cevabını aramak; what if...? "Eğer olursa, ne olur?" Kişinin yaşadığı zor durumla nasıl başedebiliriz? Alt kırımında ise şu yatıyor;? Kart kaybolursa ne olur? Ya cüzdan, kimlik...?

"Bununla ilgili nasıl bir çözüm sunabiliriz?" sorusunun cevabıyla mutfakta uzun yıllar çalışmış bir şirket CPP. 30 yıllık deneyimle 15 ülkede faaliyet gösteriyor. CPP'nin bütün ülkelerde ilk giriş noktası ise kredi kartı pazarı. Türkiye'de ilk sunulan ürün de "Kart Koruma Planı" zaten.

## ARTIK CÜZDANINIZ YANINIZDA DEĞİL, BUNDAN SONRAKİ PARASAL İHTİYAÇLARINIZI NASIL KARŞILAYACAKSINIZ?

Peki eğer bu olay müşterinin yurtdışında başınıza gelirse nasıl geri dönecek? Modern yaşam destek pazarında özel hizmetler devreye giriyor. Önce müşterinin nakit para ihtiyacı güvenli bir şekilde karşılanıyor. Daha sonra otele ödeme yine CPP tarafından yapılıyor. Ardından da dönüş bileti alınıyor. Avans ödemesi olarak yapılan bu ödemeler kişi döndükten sonraki 15 gün içinde tahsil ediliyor. Yurtdışında da hemen hemen aynı hizmetleri veriyor.

Çalınma durumu haricinde, 7/24 saat tıbbi danışmanlık, ambulans, çekici ve çilingir hizmetlerinden de ücretsiz ve limitsiz olarak faydalanılabiliyor.

## CPP ÇAĞRI MERKEZİ CMC'DEN

Tüm bu işlemler yani müşteri iletişimi şu an CPP tarafından CMC aracılığıyla yürütülüyor. Bu konuda dışkaynak kullanmayı tercih eden şirket, çağrı merkezi ile 7 gün 24 saat hizmet veriyor. CPP Satış ve ADK Yönetimi Grup Müdürü Yunus Mücaz müşteri temsilcilerinin işlerinin 2 açıdan da çok zor olduğunu vurguluyor; "Birincisi bankalar müşterilerini bize emanet ediyorlar, ikincisi de süreçlerde çok hızlı olmak zorundayız. Buradaki amaç emanet müşterileri bu "emanet" statüsünden çıkarıp, referans verebilecek noktaya getirmek" diyor.

## SATIŞI BANKA GERÇEKLEŞTİRİYOR

CPP'nin ürün farklılığı dışında iş modelleri açısından da Türkiye'de çok farklı bir uygulaması var. CPP ürünün pazarlaması noktasında B2B olarak çalışıyor. Yani kart koruma planı CPP tarafından değil, bankalar tarafından kendi müşterisine sunuluyor. Satılan her ürün için de banka, komisyon karşılığında gelir elde etmiş oluyor. Burada dikkat çeken bir husus da bankanın sadece kendi kredi kartını değil, kişinin tüm kartlarını kapsayan bir koruma planını satıyor olması.

CPP bu modelde çalıştığı bankaları iş ortağı olarak kabul ediyor. Türkiye'deki ilk iş ortağı ise Denizbank olmuş. Ardından Akbank ve Bank Asya takip etmiş.

## İŞ ORTAĞININ İHTİYAÇLARINI MALİYETİYLE KARŞILAMAK

CPP yakın zamanda bir iş ortağı ile bu süreci bir adım daha öteye taşıyarak yepyeni bir modele imza atıldı. Bu deneyimi Mücaz şu şekilde anlatıyor; "Bir iş ortağımızın adres veritabanını güncelleme ihtiyacı vardı. Yaklaşık 500 bine yakın müşterisini maliyetini biz karşılayarak taradık. Bunu kendi çalıştığı dışkaynak şirketi ile yaptık. Akabinde de adresini güncellediğimiz müşteriye kart koruma planını teklif ettik.

Burada bir çok katma değer yaratıldı. Birincisi müşteri veritabanı güncellendi, ikincisi müşteriler eşsiz bir ürünle tanıştılar, üçüncüsü o aramanın bütün maliyetini biz üstlendik, dördüncüsü de satılan her üründen iş ortağımıza para kazandırdık. Bu model Türkiye'de başka hiçbir yerde yok."

## BİR SONRAKİ ADIM İŞ ORTAĞININ GELEN ÇAĞRISINI KARŞILAMAK

Fakat yurtdışında CPP daha ötesinde deneyimler kazanmış ve iş ortağının gelen çağrısını karşıladığı çalışmalar yürütüyor. Bu Türkiye için sonraki adım.

Yunus Mücaz bu konuda "Henüz Türkiye'de bu yapılmıyor ama başka ülkelerde CPP tarafından gerçekleştiriliyor. Gelen çağrıda IVR'in bazı tuşları CPP'ye düşüyor. Ya da örneğin kişi bir bankadan kredi kartı alıyor. İlk aramasını yapması gerekiyor ve bu arama CPP'ye düşüyor. Ona göre banka ile birlikte bir script oluşturuluyor. Müşterinin hangi soruları soracağı hesaplanarak ona göre bir arayüz yazılıyor. 'Güle güle kullanın' konuşmasından sonra ürün teklifi yapılıyor. Bankaların gelen çağrılarının yüzde 60-65'inin kartla ilgili olduğunu belirten Mücaz, bu modelde bankanın bu oranda olan iş yükünü alabileceklerini ve üstüne para da kazandırabileceklerini vurguluyor.

İş ortaklarını sürekli farklılıklar ile şaşırtmak gerektiğini belirten Mücaz, bankalar nezdinde asıl şaşkınlığı müşterisinin yarattığını söylüyor. Çünkü banka zaman zaman 4 temastan 2'sinin satışa dönüşmesi oranlarına bile şahit olabiliyor.

Yunus Mücaz CPP'nin çalışma modelinde yarattığı en büyük katma değer iş ortağına dair olduğunu belirterek "Süreç başladıktan sonra, her aşamasında yanındayız. Önce ürün ve süreçle ilgili iş ortağımızla birlikte tasarım yapıyoruz. Süreç danışmanlığı, süreç yönetimi, markalandırma, müşteri hizmetleri yani satış sonrası servis, hangi kanallardan ne zaman satış yapılacağı, satış hedefleri, kazanç planı, ve hatta satışta kullanılacak script'lerin hazırlanması, ortalama satış süresi, performans raporlarına kadar detaylı bir şekilde hepsini iş ortağımızla beraberce hazırlıyoruz. Gün sonu veya hafta sonunda değerlendirmeleri ile öğrenme trendini artırıcı bilgi sağlıyoruz. Sürecin her noktasında periyodik olarak satış koşullarını gerçekleştiriyoruz" diyor.

## AKBANK'TA "BODYCARD", DENİZBANK'TA "SAFECARD"

Kart koruma planı iş ortağı nezdinde istenildiği takdirde markalaştırılabiliyor. Örneğin Akbank'ta ürün "Bodycard", Denizbank'ta "Safecard" olarak adlandırılıyor.

Bireysel paket yıllık 77 TL, aile paketi de 100 TL. banka anlaşmalarına göre 10 taksite kadar da bölünebiliyor.

## "BU MODEL BAŞKA YERDE YOK"

CPP'nin 2009 uluslararası faaliyet raporunun kapağını bir çağrı merkezi müşteri temsilcisi süslüyor. Yunus Mücaz bu konuda şu açıklamayı yapıyor; "Biz bir çağrı merkezi şirketi değiliz. Ama 'biz iş ortaklarımızın müşteri iletişim noktasında köprü olmak istiyoruz' şeklinde bir mesajımız var. Bankalara diyoruz ki 'Müşterinize vermek istediğiniz her mesajı biz verebiliriz, sonunda da bizim ürünü teklif edebiliriz'. Bu mesajın verilme maliyetini de biz karşılayalım. Artı bir de size para kazandıralım. Ayrıca bu süreçlerde sizi yalnız bırakmayalım, sizinle beraber yürütelim, ürünü planlayalım, danışmanlık hizmeti verelim, süreç yönetimi yapalım ve bunların hepsini sizinle beraber yapalım."