



TÜRKİYE ÇAĞRI MERKEZLERİ SEKTÖR ARAŞTIRMASI



2012

Amaç & Yöntem

- Çağrı Merkezleri Derneği, Türkiye'de çağrı merkezi sektörünün gelişimini sağlamaya, faaliyet ve etki alanını genişletmeye yönelik iş ve güç birliğini hedefleyen referans bir kuruluştur. Bu vizyon doğrultusunda sektörün bilgi merkezi olma hedefini hayat geçirmek üzere Türkiye çağrı merkezi sektördeki tüm paydaşların proje ve hedeflerine ışık tutmayı hedefleyen, geniş kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilmiştir.
- Araştırma birbirine paralel iki çalışma şeklinde yürütülmüştür;
 - Telefon ve e-mail yoluyla **140 sektör temsilcisi kurum** ile yapılan anket çalışması
 - **25 kurum yöneticisi** ile yapılan yaklaşık bir saatlik derinlemesine mülakat çalışması
 - Derinlemesine mülakat çalışması kapsamında görüşülen kurumlar;
 - **Kamu;**
Dışişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Sosyal Güvenlik Kurumu, Bilgi Teknolojileri Kurumu, Kamu İhale Kurumu, Emniyet Genel Müdürlüğü, PTT, Ankara Büyükşehir Belediyesi
 - **Telekomünikasyon;**
Turkcell Global Bilgi, Vodafone, Avea, Digiturk
 - **Finans;**
Finansbank, Garanti Bankası, Ingbank, Yapı Kredi Bankası
 - **Dış kaynak servis sağlayıcılar;**
Arvato, Assistt, Atos, Callus, CCC, CMC, Teleperformance
- Ayrıca araştırma kapsamında ikincil kaynaklar taranarak çalışma raporu zenginleştirme yoluna gidilmiştir.

Anket Çalışmasına Katılan Firmaların Özellikleri

- Araştırma kapsamında yürütülen anket çalışmasına 140 firma iştirak etmiştir. Firmaların çağrı merkezi kullanım şekilleri aşağıdaki gibidir;
 - ❖ **32 adet dış kaynak servis sağlayıcı firma** (çalışma kapsamında 20 seat ve üzeri yatırımı olan dış kaynak firmaları ile görüşülmüştür).
 - ❖ **65 adet sadece iç kaynak**; iç bünyede çağrı merkezi bulunan ve çağrı merkezi hizmetini dış kaynak servis sağlayıcılarından almayan firmalar
 - ❖ **12 adet hem iç hem dış kaynak**; iç bünyede çağrı merkezi bulunan buna ek olarak çağrı merkezi hizmetini dış kaynak servis sağlayıcılarından alan firmalar
 - ❖ **31 adet sadece dış kaynak**; çağrı merkezi hizmetini tamamen dış kaynak servis sağlayıcılardan alan firmalar
- Araştırmaya katılan 140 firmanın;
 - ❖ 119 tanesi özel
 - ❖ 21 tanesi kamu kurumudur.

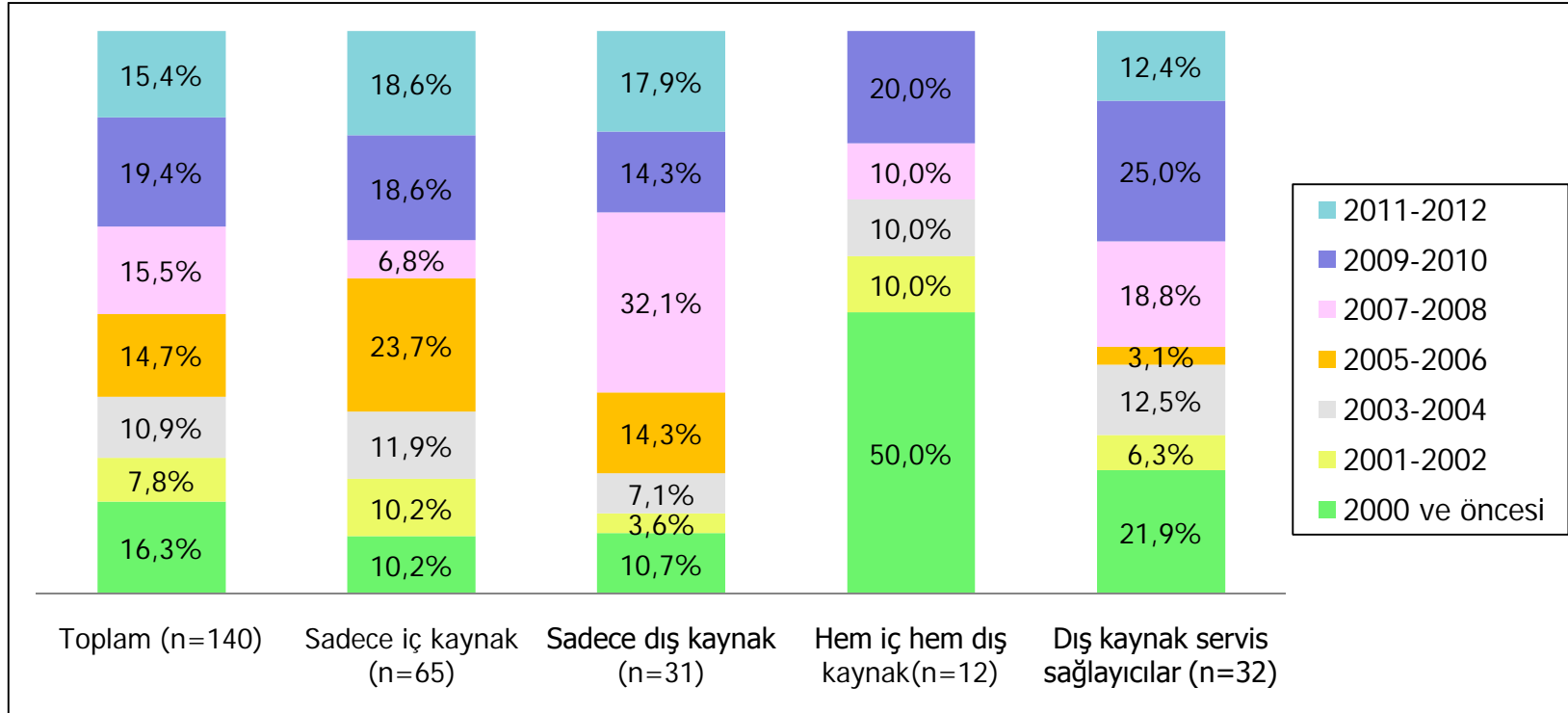
Çağrı Merkezi Sektörü Gelişimi

- Araştırmaya katılan sektör temsilcilerinin öngörüsü çağrı merkezi pazarının önümüzdeki 5 yıl içinde en az %20 yıllık ortalama ile büyüyeceği yönündedir. 2013 yılı ortalama seat kapasitesi büyüme öngörüsü %15'in üzerindeyken, müşteri temsilcisi sayısının %20'nin üzerinde büyüme göstererek, 2013 yılı sonu 80.000'in üzerine çıkacağı öngörülmektedir.
- «European Contact Center Benchmark Platform 2012» sonuçlarına göre 2012 yılı müşteri temsilcisi sayısındaki büyüme oranları aşağıdaki gibidir;

Ülke	2012 MT büyüme Oranı
Almanya	3,1%
Fransa	4,0%
Hollanda	7,0%
İtalya	2,0%
Polonya	4,5%
Rusya	30,0%
İspanya	8,0%
Belçika	5,6%
İsveç	2,3%
Türkiye	16,0%

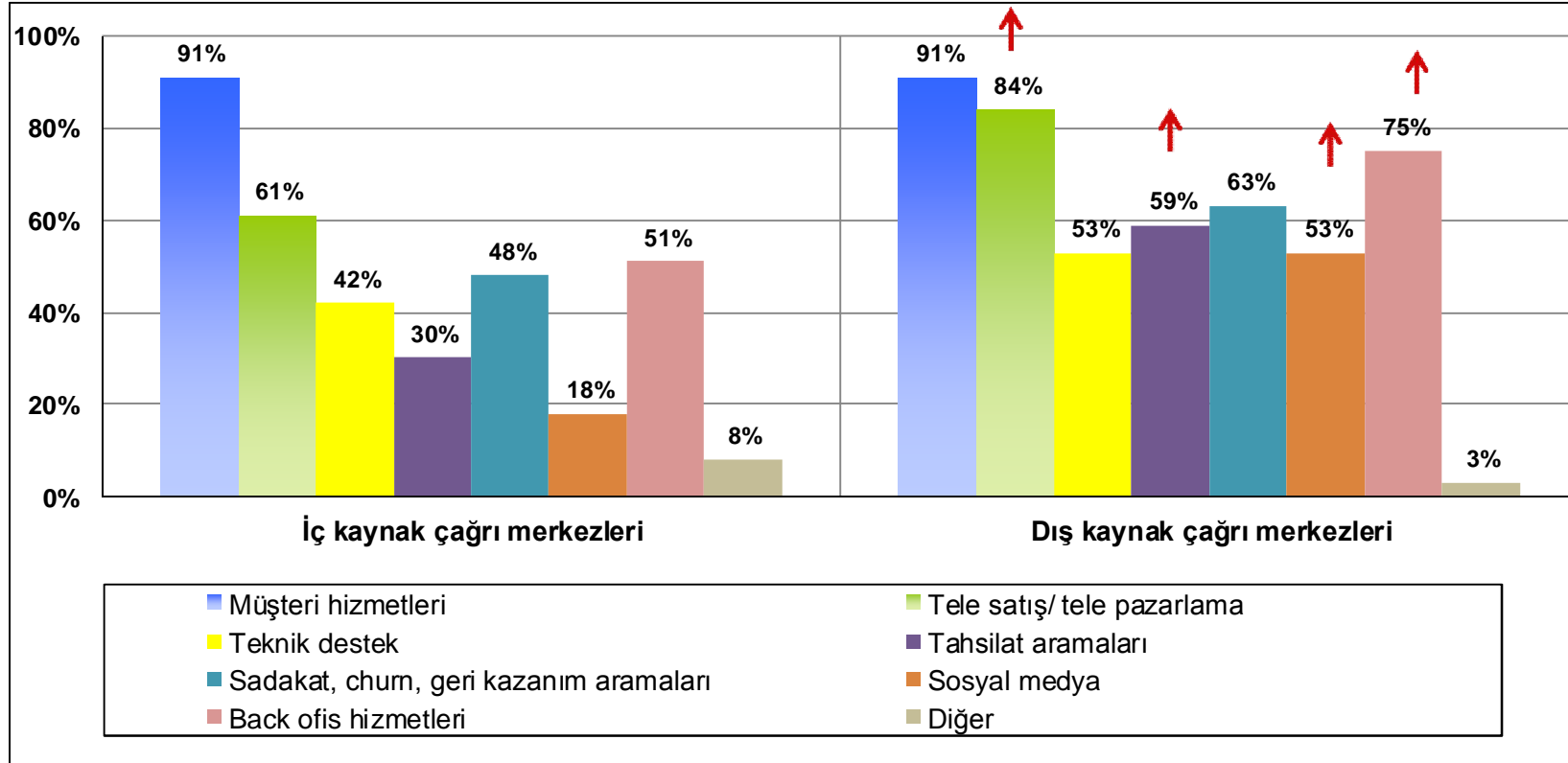
- Türkiye, 2012 yılında söz konusu 10 ülke içinde Rusya'dan sonra çağrı merkezi müşteri temsilcisi sayısı baz alındığında en yüksek oranda büyüyen pazardır.

Firmaların Çağrı Merkezi Hizmetini Ne Zaman Beri Sundukları



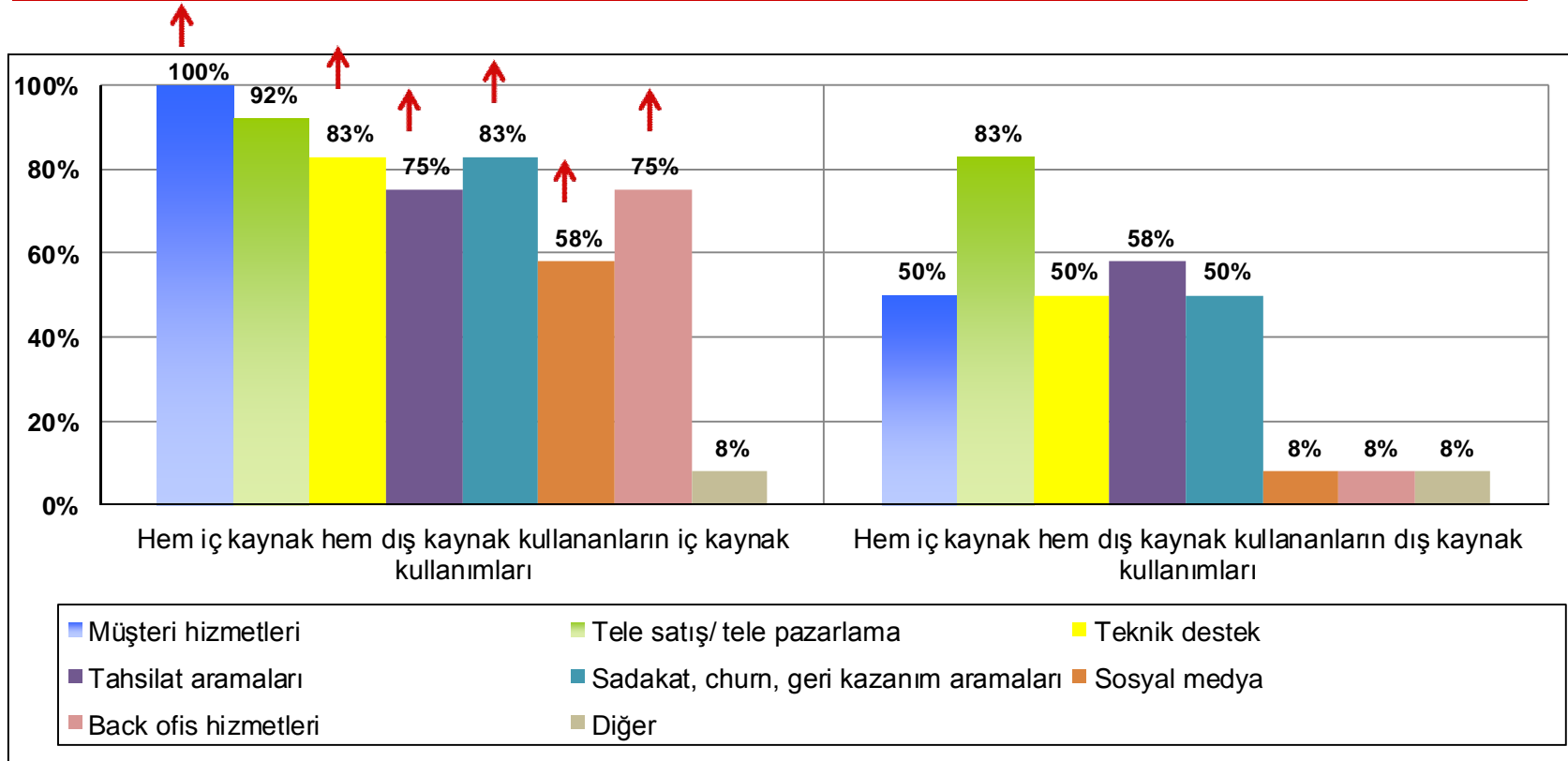
Araştırmaya katılan firmalar baz alındığında yarısının (%50,3) 2007 ve sonrası çağrı merkezi faaliyetini sunduğu görülmektedir. Çoğunluğunu finans ve telekomünikasyon firmalarının oluşturduğu hem iç kaynak hem de dış kaynak kullanarak çağrı merkezi hizmeti sunan kurumlarda bu hizmetin sunumuna başlanması çok daha eskidir. Dış kaynak servis sağlayıcı firmalarının sayısının özellikle 2007 yılı ve sonrasında (%56,2) arttığı görülmektedir.

Çağrı Merkezleri Kullanım Amaçları



- Çağrı merkezlerinin hem iç kaynak hem de dış kaynak kullanımı söz konusu olduğunda temel kullanım amacının müşteri hizmetleri olduğu görülmektedir.
- Özellikle dış kaynak çağrı merkezlerinin, iç kaynak çağrı merkezlerine göre daha yüksek oranda tele satış/ tele pazarlama, tahsilat, sosyal medya ve back ofis hizmetleri için kullanılmaktadır.

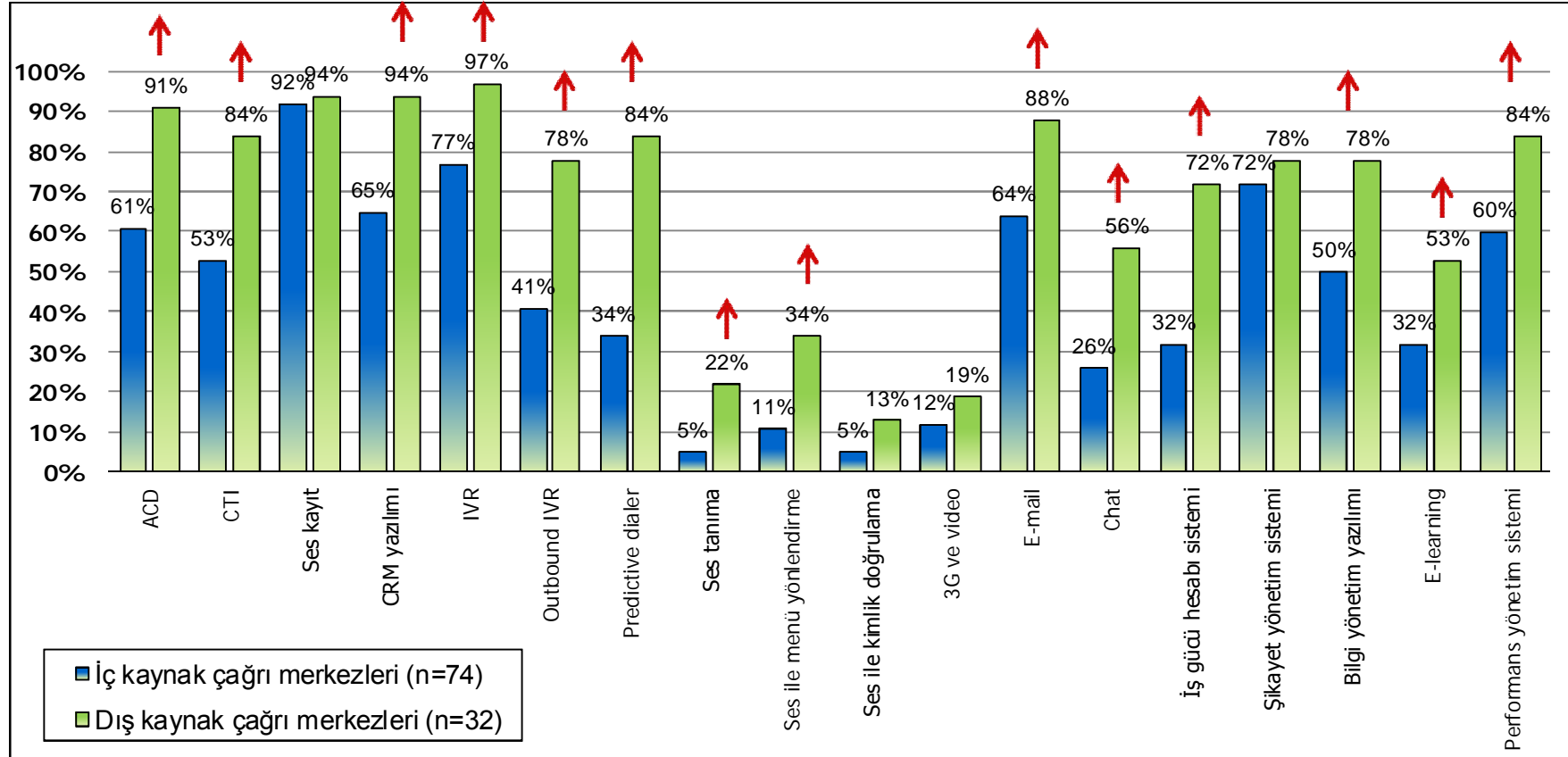
Çağrı Merkezleri Kullanım Amaçları



Bünyesinde çağrı merkezi yatırımı olan ve aynı zamanda dış kaynak servis sağlayıcılardan da çağrı merkezi hizmeti alan firmaları incelediğimizde tele satış / tele pazarlama dışındaki bütün kullanım amaçlarında öncelikle iç bünyedeki çağrı merkezleri tercih edilmektedir. Bu tür firmalar dış kaynak firmalarını daha çok tele satış/ tele pazarlama ve tahsilat gibi gelir getiren hizmetlerde kullanmayı tercih etmektedirler.

Kırmızı oklar istatistiki olarak önemli farkları göstermektedir.

Kullanılan Teknolojiler



- Dış kaynak servis sağlayıcılar, iç kaynak çağrı merkezlerine göre pek çok teknolojiyi daha yaygın şekilde kullanmaktadır. Bu çeşitliliğin ana sebebi dış kaynak servis sağlayıcıları kimi zaman müşterilerinin alt yapısını kullanarak hizmet sunarken, kimi zamanda kendi yatırım yaptıkları teknolojileri kullanmaktadır. Buda kullanılan teknoloji çeşitliliğinde zenginliğe sebep olmaktadır.

Kırmızı oklar istatistiki olarak önemli farkları göstermektedir.

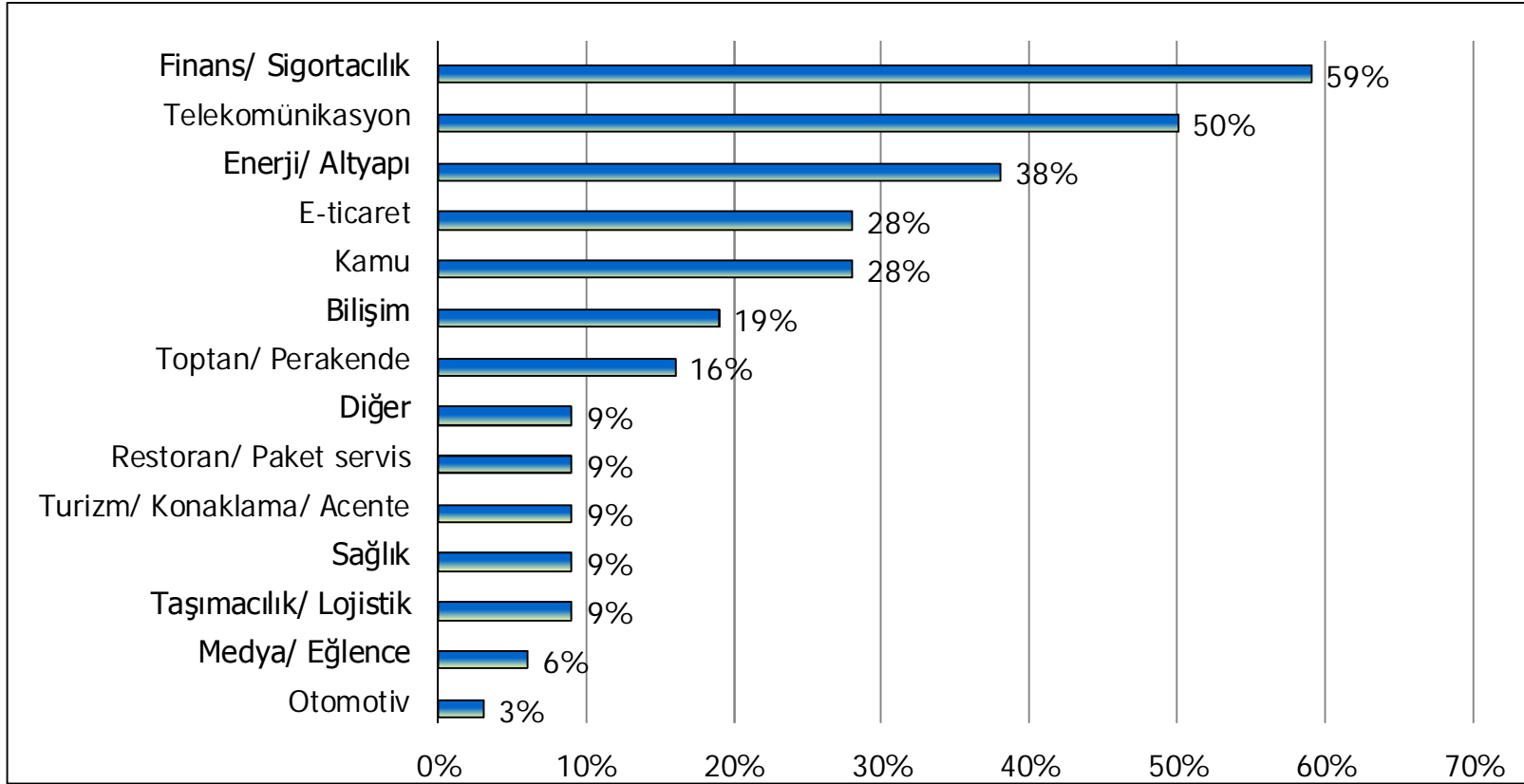
Seat Kapasitesi

- 60.000 civarı olduğu tahmin edilen seat kapasitesinin son 6 ay içindeki doluluk oranı %84,9 (dış kaynak son 6 ay ortalama kapasite kullanım oranı; %84,5; iç kaynak son 6 ay ortalama kapasite kullanım oranı %85,7) seviyesindedir. Buda son 6 ay içinde ortalama değerler baz alındığında yaklaşık 50.950 seat kapasiteli bir operasyon yürütüldüğünü göstermektedir. Söz konusu 50.950 seatlik operasyonun sektörel kullanım oranı (dış kaynak servis sağlayıcıların seat kapasite kullanımı hizmet verdikleri sektörler bazında dağıtılmıştır) aşağıdaki tabloda gösterilmektedir;

Sektör	Seat Payı
Finans / Sigortacılık	%23,5
Toptan / Perakende	%7,0
Medya/ Eğlence	%4,2

Sektör	Seat Payı
Restoran/ Paket Servis	%2,2
Enerji/ Altyapı	%1,9
Otomotiv	%1,2

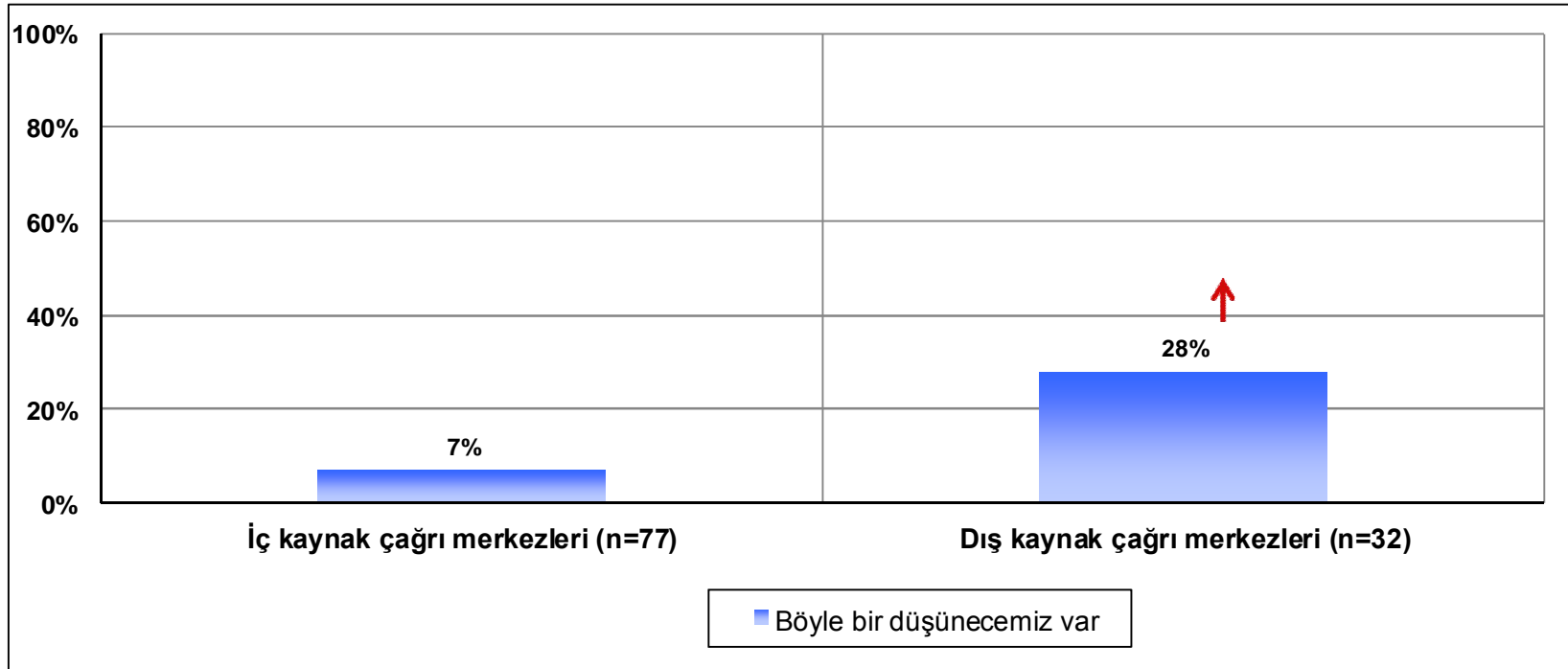
Dış Kaynak Firmalarına Göre 2013 Yılında Hizmet Talebinde Artış Olacak Sektörler



Baz: Dış kaynak servis sağlayıcılar (n=32)

- Dış kaynak servis sağlayıcılara göre, 2013 yılında kendilerine gelen iş potansiyelinde en fazla artış olabilecek sektörler sırasıyla finans/ sigortacılık, telekomünikasyon, enerji/altyapı, kamu ve e-ticarettir.

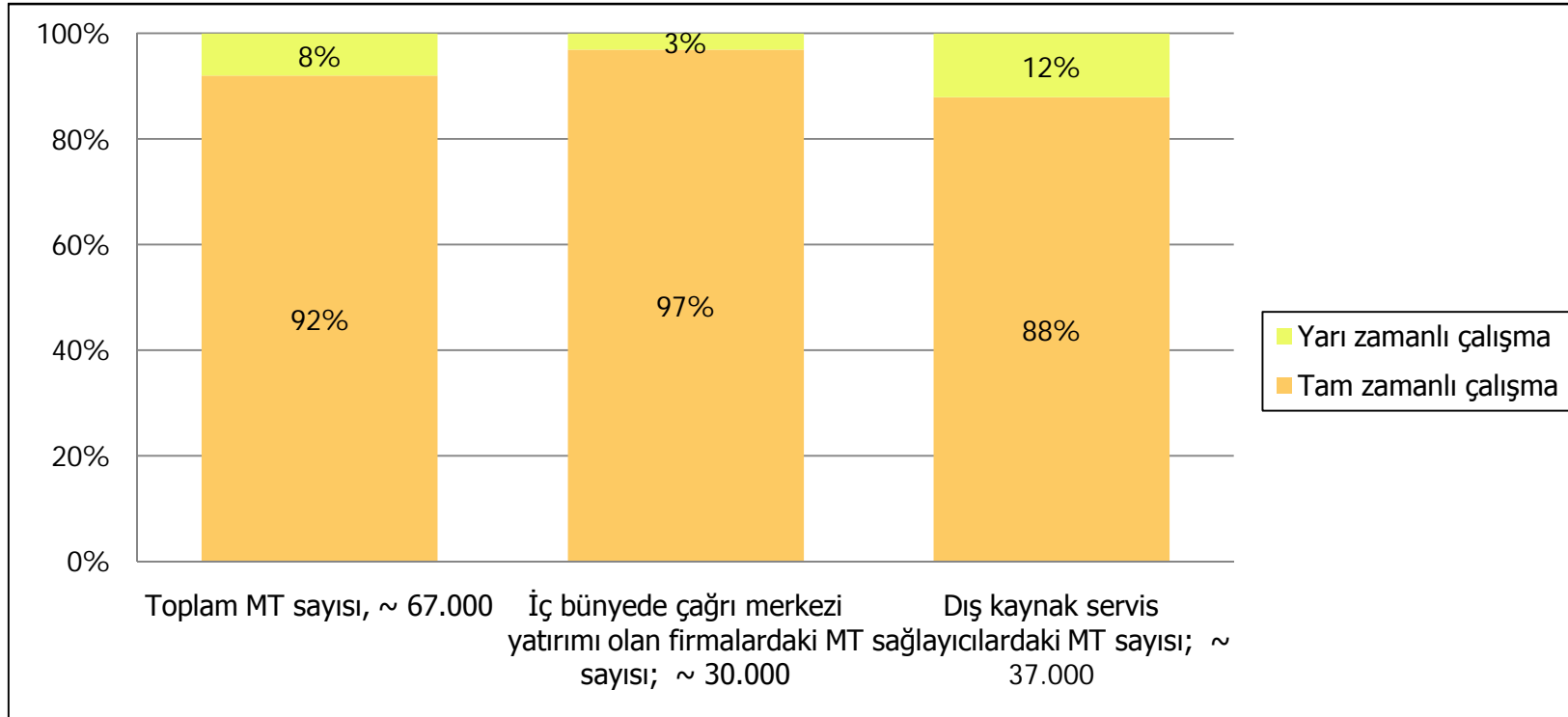
2013 Yılında Anadolu'ya Yeni Yatırım Yapma İhtimali



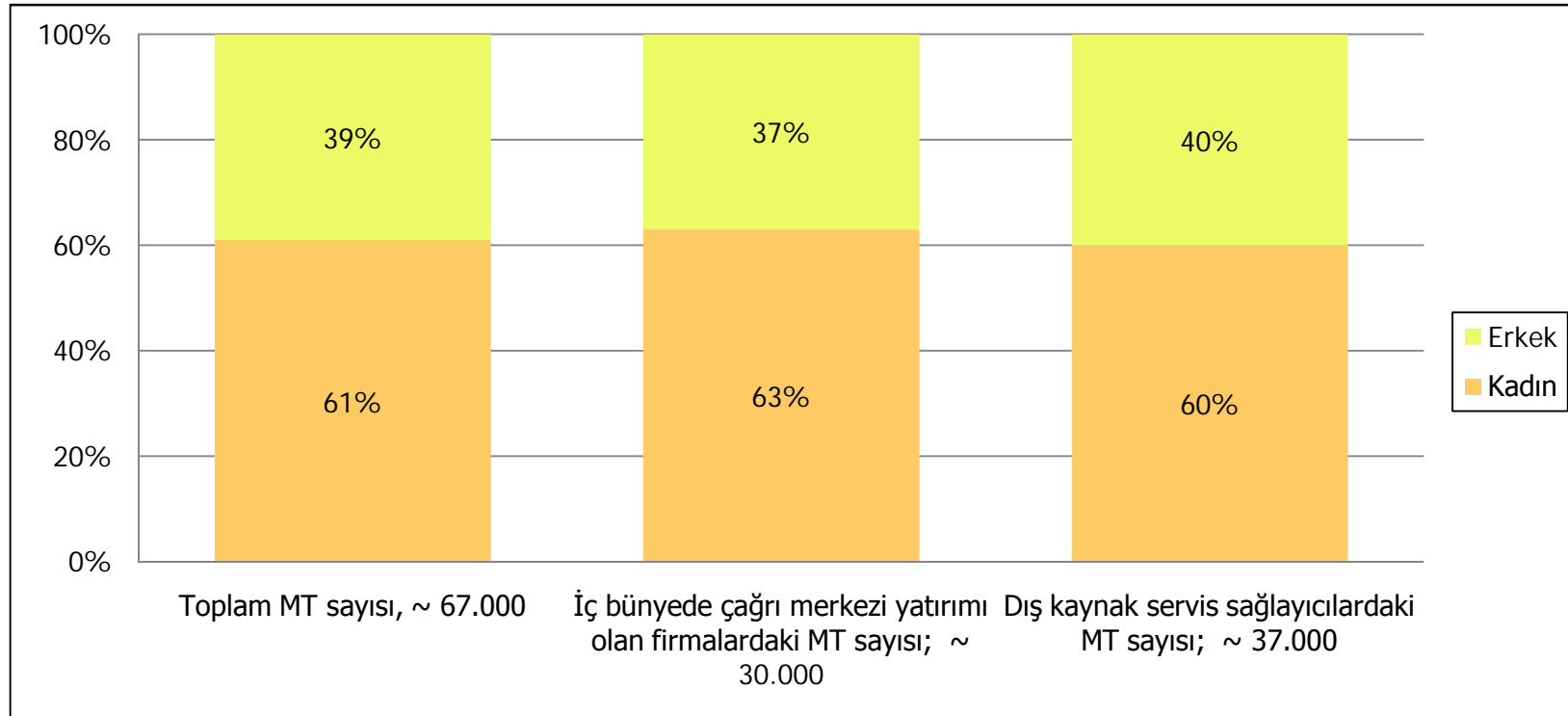
- Araştırmaya katılan dış kaynak servis sağlayıcıların %28'i , 2013 yılında Anadolu'da yeni bir lokasyon açma yada mevcut çağrı merkezi yatırımını Anadolu'ya taşımayı planladıklarını dile getirmişlerdir.
- İç kaynak çağrı merkezleri bulunan firmaların %7'si, 2013 yılında Anadolu'da yeni bir lokasyon açma yada mevcut çağrı merkezi yatırımını Anadolu'ya taşımayı planlamaktadır. Söz konusu Anadolu'ya yatırım planlayan firmalar çoğunlukla finans/ sigorta kurumlarıdır.

Müşteri Temsilcisi (Agent) Büyüklüğü & Çalışma Şekli

- 2012 yılı sonunda Türkiye Çağrı Merkezi pazarında çalışan toplam müşteri temsilcisi sayısının **67.000 kişi** olduğu öngörülmektedir. Bu kişilerin yaklaşık **37.000**'inin dış kaynak servis sağlayıcılar tarafından istihdam edildiği tahmin edilmektedir.
- Aşağıdaki grafiklerde sektörde çalışan müşteri temsilcilerinin çalışma şekli gösterilmektedir. Yarı zamanlı çalışma şekli dış kaynak servis sağlayıcılarda firmaların iç bünyelerinde ki çağrı merkezlerine göre daha yaygın bir çalışma şeklidir. Firmalar yarı zamanlı çalışma ile ilgili yasanın sektöre daha uygun hale getirilmesini istemektedirler.

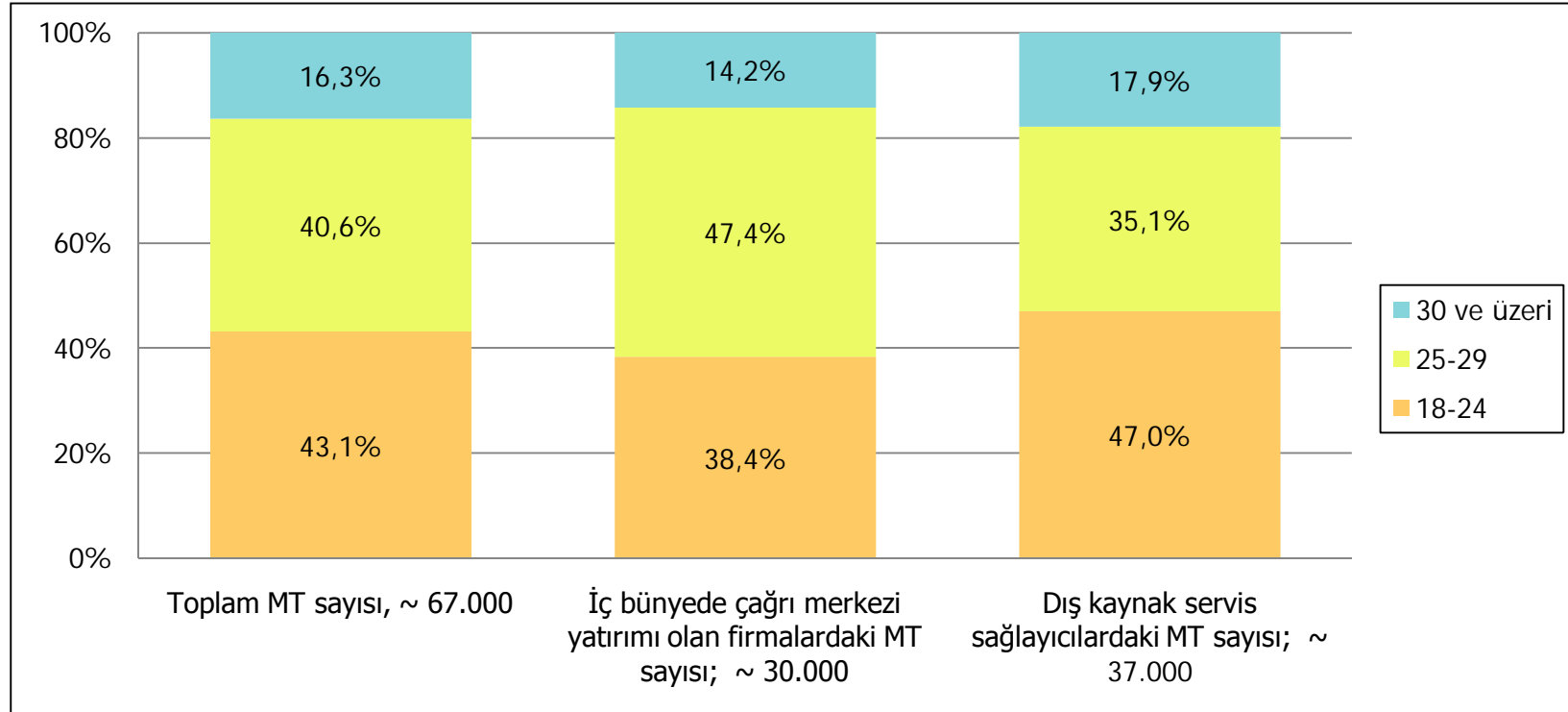


Müşteri Temsilcisi (Agent) Cinsiyeti



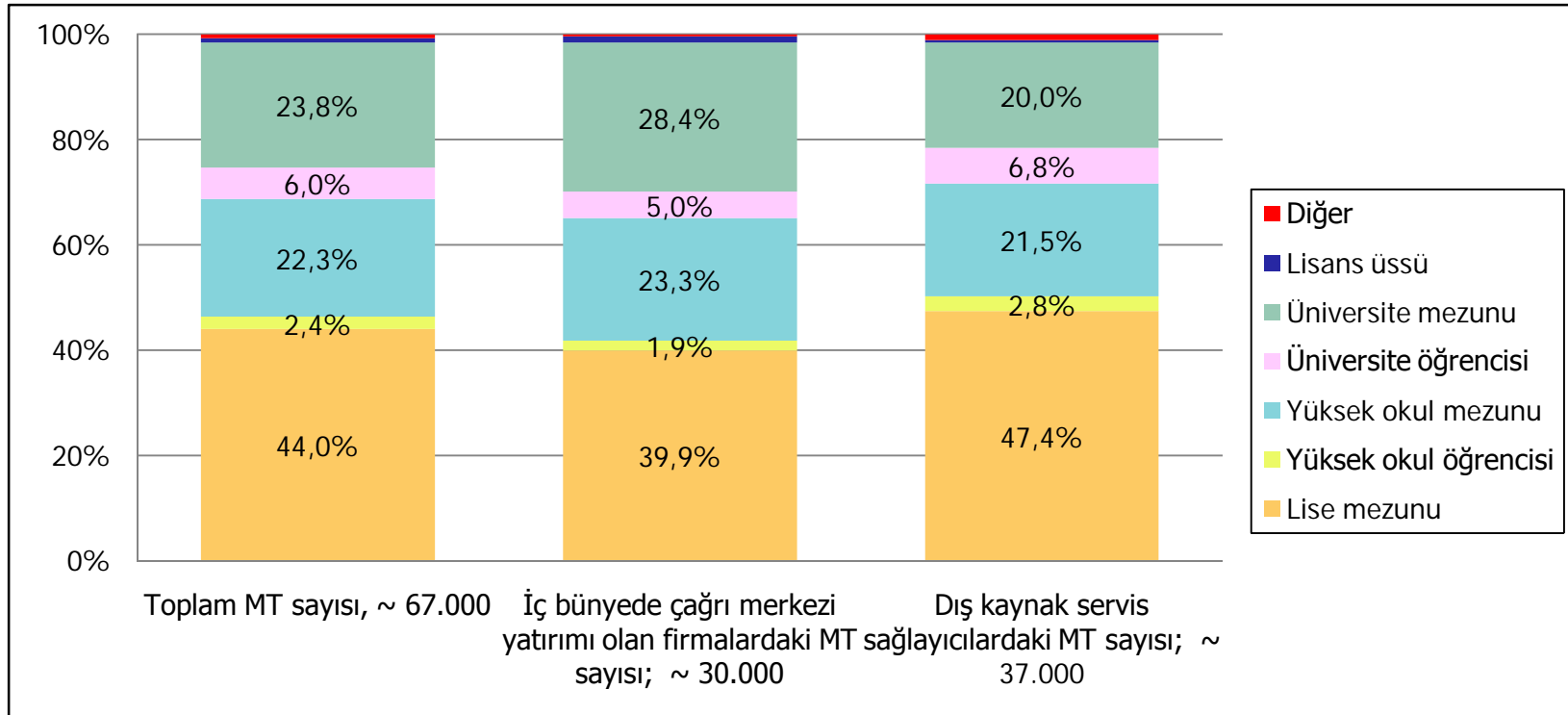
- 2012 yılı sonunda Türkiye Çağrı Merkezi pazarında çalışan toplam müşteri temsilcisinin %61'inin kadın olduğu tahmin edilmektedir. Bu sonuç bize sektörün kadın çalışan istihdam etme konusunda pek çok diğer sektörün önünde olduğunu göstermektedir.
- Türkiye'de sektörün kadın istihdam etme oranı Avrupa ortalamasının altındadır. Avrupa ortalaması %72 seviyesindedir.

Müşteri Temsilcisi (Agent) Yaş Dağılımı



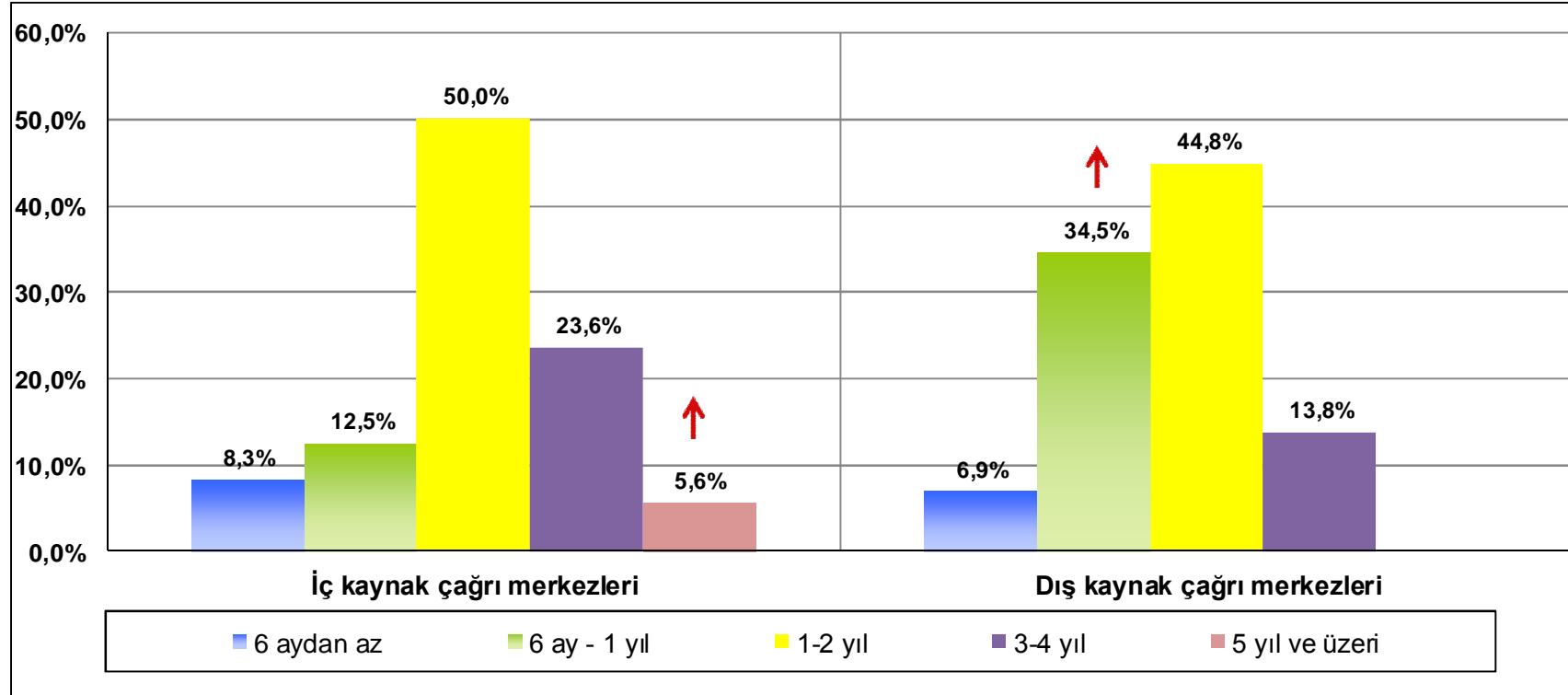
- 2012 yılı sonunda Türkiye Çağrı Merkezi pazarında çalışan toplam müşteri temsilcinin yaklaşık %43'ünün 18-24 yaş grubunda olduğu tahmin edilmektedir. Bu yaş grubundaki müşteri temsilcileri daha yüksek oranda dış kaynak servis sağlayıcılar tarafından istihdam edilmektedir.

Müşteri Temsilcisi (Agent) Eğitim Durumu & Mesleki Eğitim Süresi



- 2012 yılı sonunda Türkiye Çağrı Merkezi pazarında çalışan toplam müşteri temsilcinin yaklaşık %44'unun lise mezunu olduğu tahmin edilmektedir.
- Araştırma kapsamında görüşülen firmalara yıllık müşteri temsilci başına verdikleri eğitim miktarı sorulmuştur: İç bünyede çağrı merkezi olan firmalarda MT başına yıllık ortalama eğitim süresi 60 saat civarı iken, dış kaynak servis sağlayıcılar için ortalama eğitim süresi 75 saate çıkmaktadır.

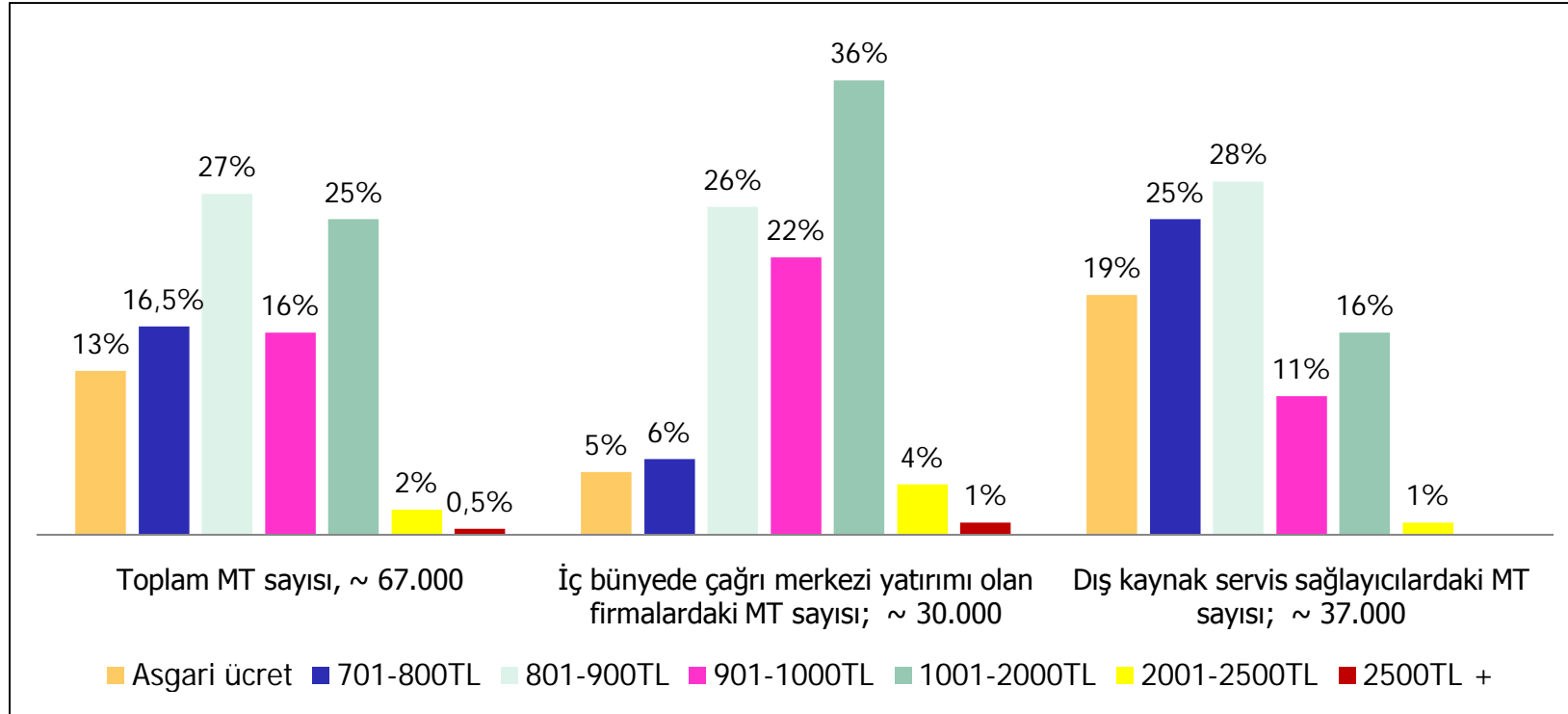
Müşteri Temsilcisi Ortalama Çalışma Süresi



- Görüşülen firmalara çağrı merkezlerindeki müşteri temsilcilerinin ortalama çalışma süresi sorulmuştur. Ortalama çalışma süresinin 1-2 yıl olduğu tespit edilmiştir.

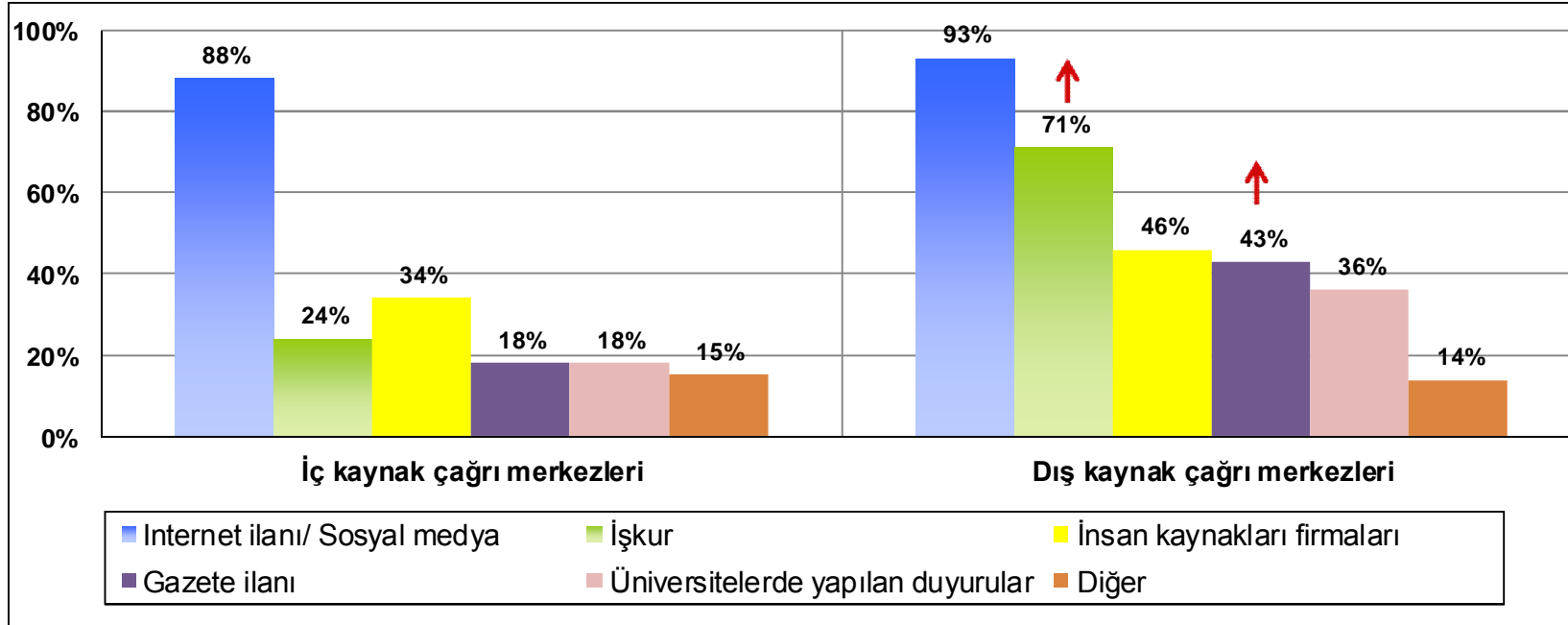
Kırmızı oklar istatistiki olarak önemli farkları göstermektedir.

Müşteri Temsilcisi (Agent) Ortalama Aylık Toplam Net Ücret



- Çağrı merkezi sektöründe çalışan müşteri temsilcilerinin büyük çoğunluğu aylık toplam 801-2.000TL net gelir elde etmektedir.
- Dış kaynak servis sağlayıcılarında çalışan müşteri temsilcilerinin aylık toplam geliri, bünyesinde çağrı merkezi yatırımı olan diğer sektörlerdeki firmalarda çalışan müşteri temsilcilerinin aylık kazancına göre ciddi oranda düşüktür. Dış kaynak servis sağlayıcılardaki müşteri temsilcileri çoğunlukla aylık ortalama net 700-900TL gelir elde etmektedirler.

Çağrı Merkezleri İşe Alım Sürecinde Genelde Kullanılan Yöntemler

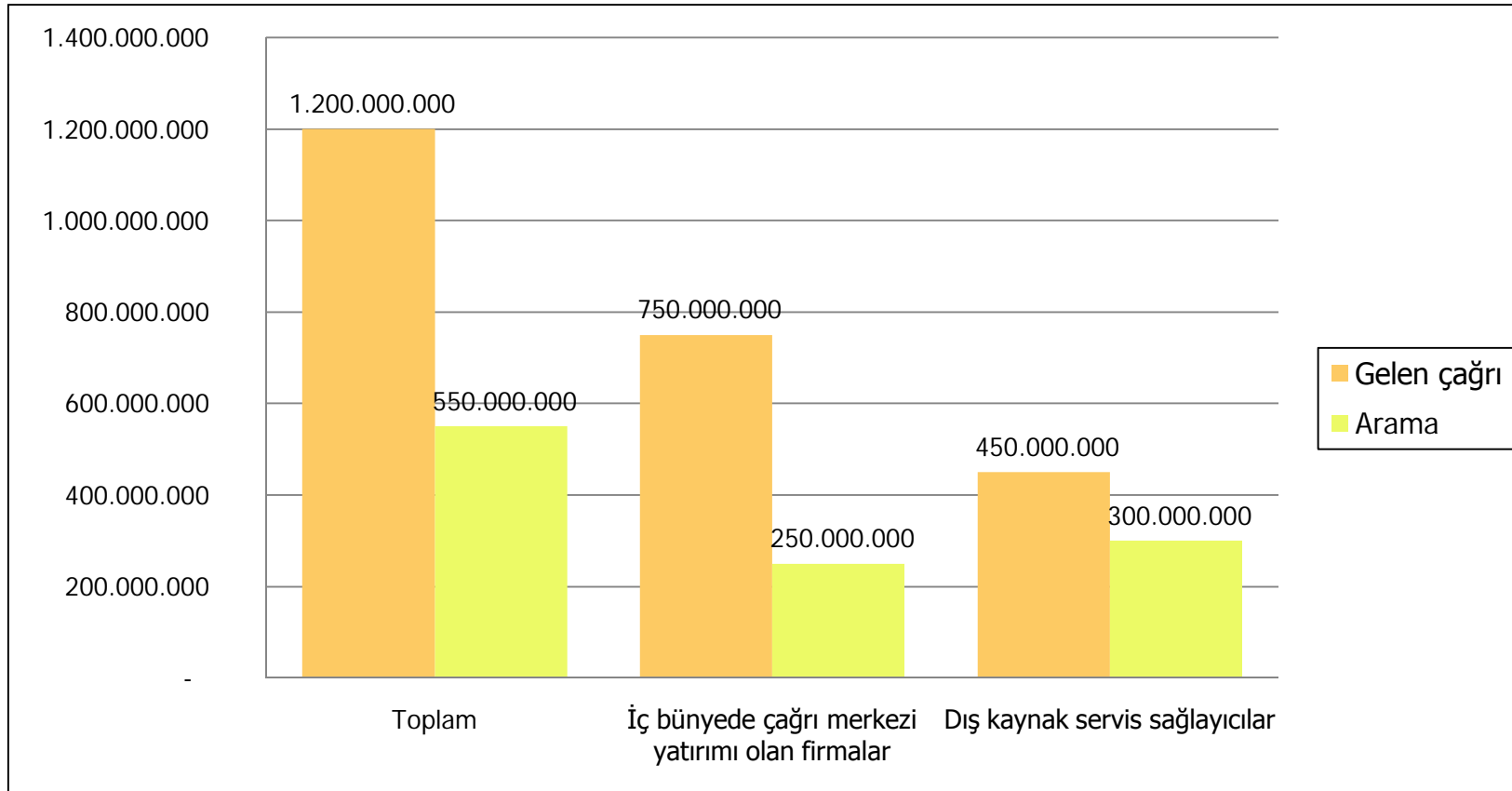


- Bünyesinde çağrı merkezi yatırımı olan firmalar çağrı merkezlerinde çalışacak personel ihtiyacı doğduğunda bunu çoğunlukla İnternet ilanı/ Sosyal medya kullanarak çözüme yoluna giderken, dış kaynak servis sağlayıcılar buna ek olarak özellikle İşkur'dan istifade etmektedirler.
- Dış kaynak servis sağlayıcılar için insan kaynakları firmaları, gazete ilanı ve üniversitelerde yapılan duyurular kullanılan diğer yöntemlerdir.
- 2012 yılındaki dış kaynak servis sağlayıcılardaki işe alımların ortalama olarak %93'ü müşteri temsilcisi pozisyonunda olmuştur. İç kaynak çağrı merkezlerinde ise bu oran %91 seviyesindedir.

Kırmızı oklar istatistiki olarak önemli farkları göstermektedir.

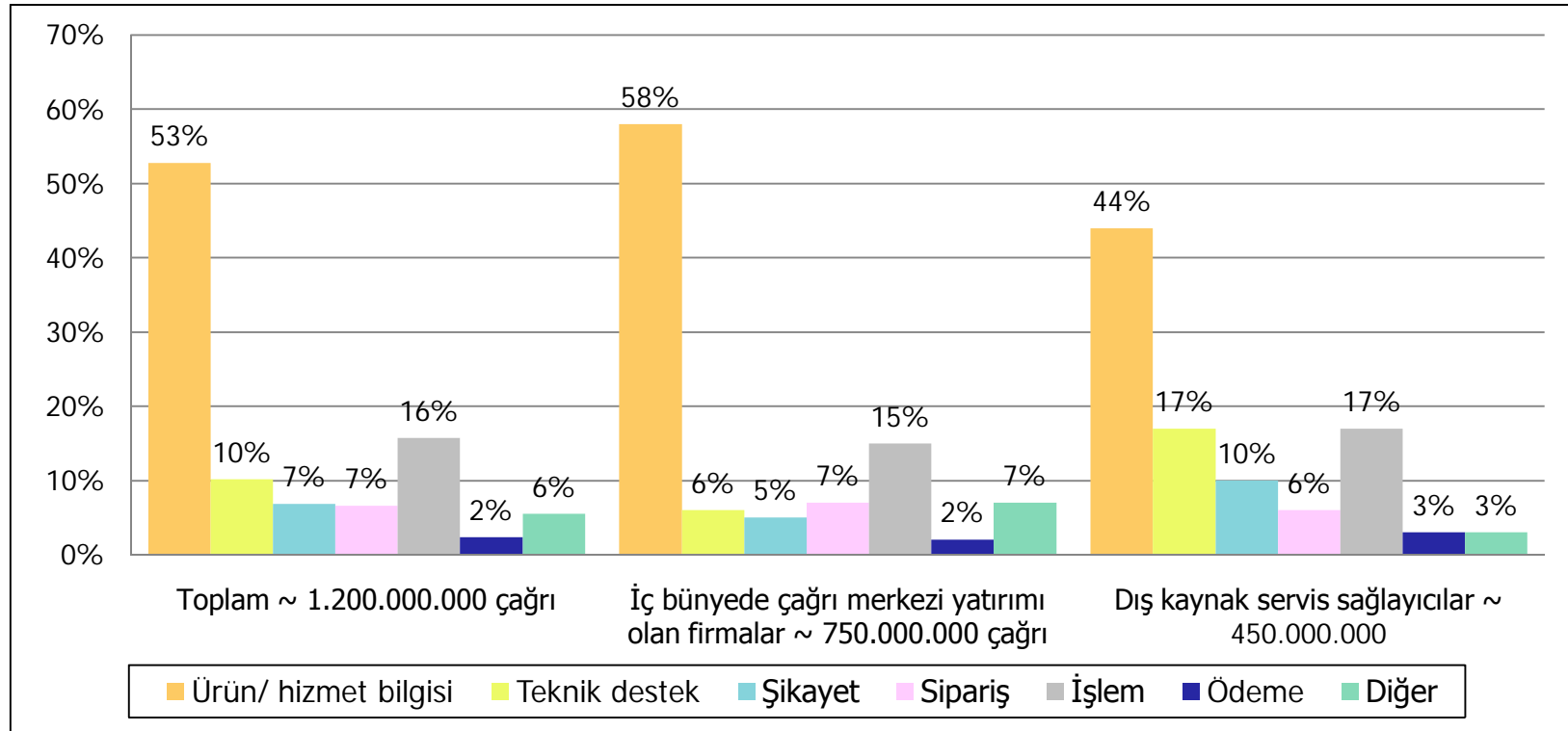
2012 Toplam Tahmini Çağrı & Arama Sayısı

- 2012 yılında tahmini toplam alınan çağrı sayısı 1.200.000.000 iken, 550.000.000 arama yapıldığı ongorulmektedir.



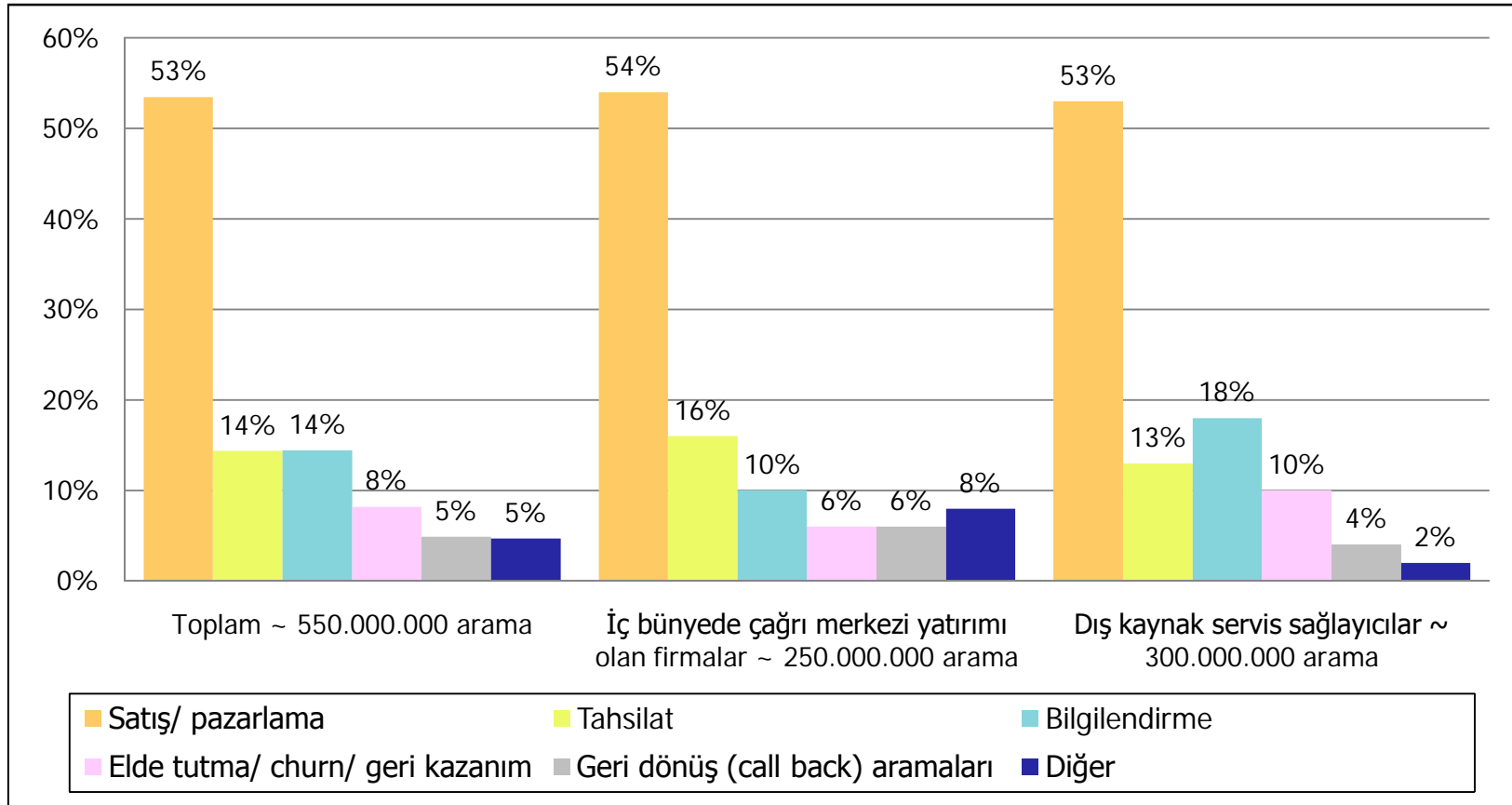
2012 Toplam Gelen Çağrı Tipolojisi

- 2012 yılındaki gelen çağrılarının yaklaşık yarısı ürün/ hizmet bilgisi almak için olmuştur. Diğer temel gelen çağrı amaçları arasında işlem ve teknik destek sayılabilir.
- Bazı firmalar gelen çağrı miktarındaki artışı olabildiğince azaltmak, onune geçmenin yollarını aramaktadırlar. Gelen çağrı çoğunlukla bilgi almak, şikayet gibi sebeplerle oluyor ise bunun olabildiğince onune geçmek adına bilgilendirme için İnternet, Sosyal Medya vb. daha maliyeti düşük yöntemler kullanmak tercih edilmektedir.



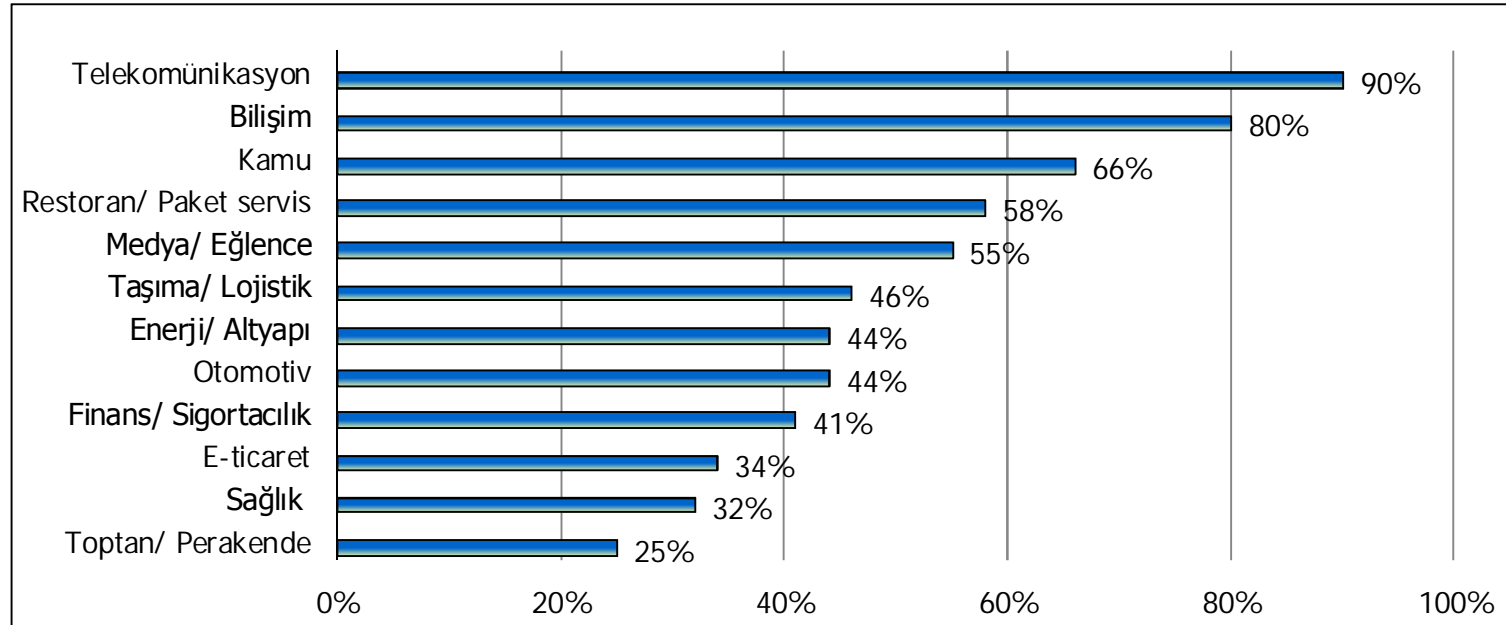
2012 Toplam Arama Tipolojisi

- 2012 yılındaki aramaların yaklaşık yarısı satış/ pazarlama amaçlı olmuştur. Diğer temel arama amaçları arasında tahsilat ve bilgilendirme sayılabilir.



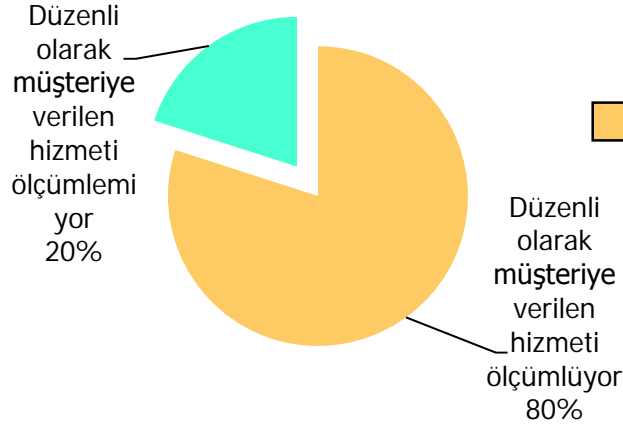
Sektörel Dış Kaynak Kullanım Oranı

- Son 6 ay içindeki seat kullanım oranları baz alındığında aşağıdaki grafikte belli başlı sektörlerin çağrı merkezi hizmet operasyonlarında dış kaynak servis sağlayıcıları ne oranda kullandıkları görülmektedir (sektor için kullanılan toplam seat kapasitesinin, % kaçının dış kaynak servis sağlayıcılardan alınan hizmet ile karşılandığı).
- Dış kaynak servis sağlayıcılardan en yoğun hizmet alan sektörler Telekomünikasyon ve Bilişim sektörleridir.
- Büyüklük baz alındığında dış kaynak servis sağlayıcılar için en büyük potansiyel finans/ sigortacılık sektöründedir. Bu sektörde son 6 ay içinde 7.000 seat'ten daha büyük kapasite iç kaynak kullanılarak gerçekleştirilmiştir.
- Toptan/ perakende sektöründe de dış kaynak kullanım oranı düşüktür. Son 6 ay içinde bu sektörde iç kaynaklar kullanılarak çağrı merkezi hizmeti veren 3.000 civarı bir operasyon olduğu tahmin edilmektedir.

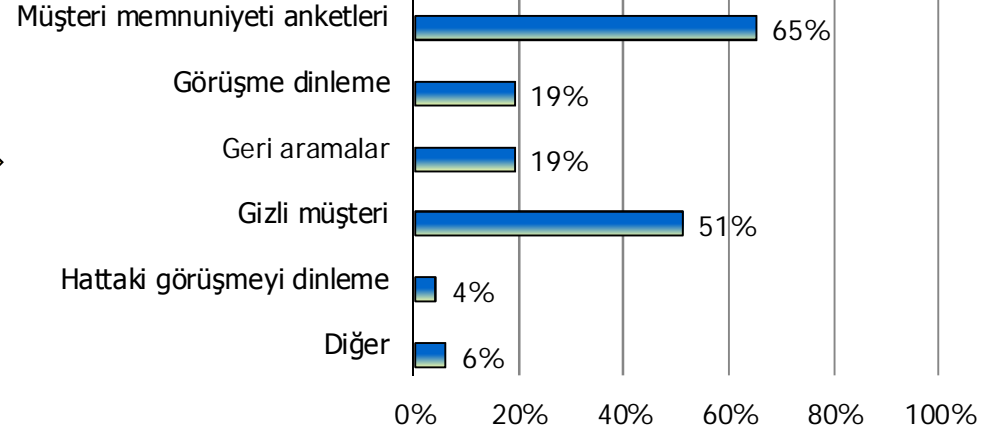


Müşteriye Verilen Hizmetin Kalitesini Ölçmede Kullanılan Ana Yöntemler

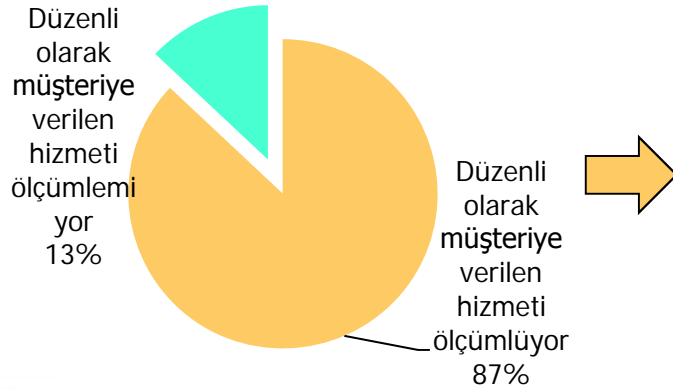
İç Bünyede ÇM Yatırımı Olan Firmalar



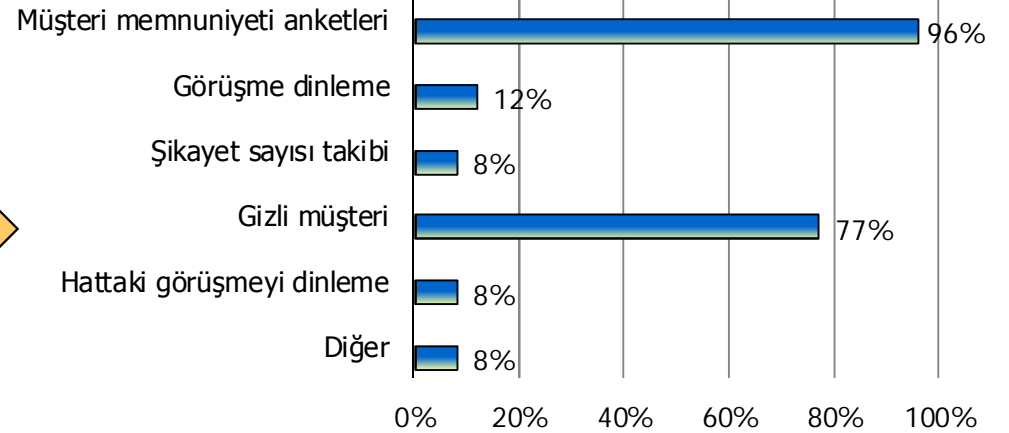
Baz: Ölçümleme yapan firmalar



Dış Kaynak Firmaları

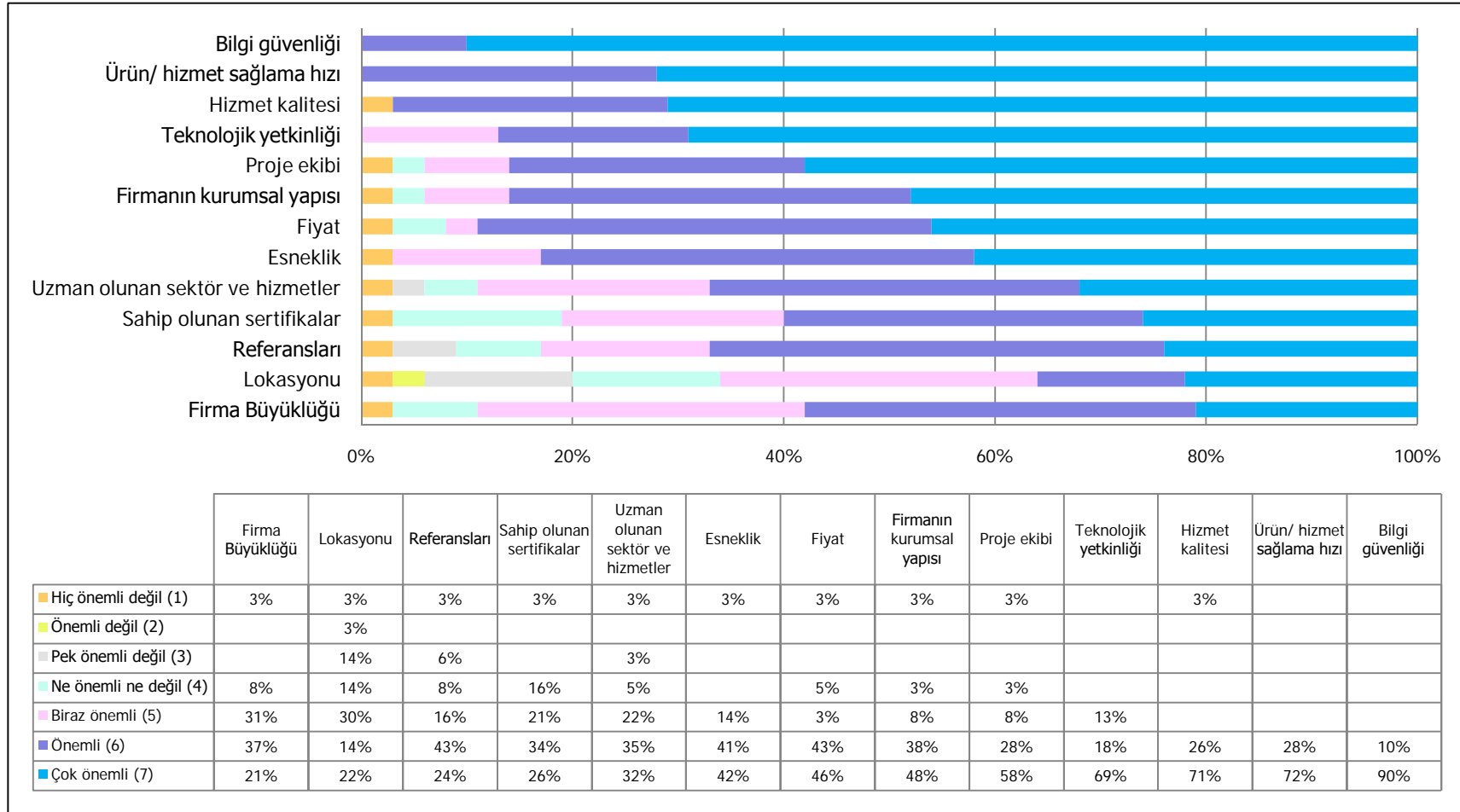


Baz: Ölçümleme yapan firmalar



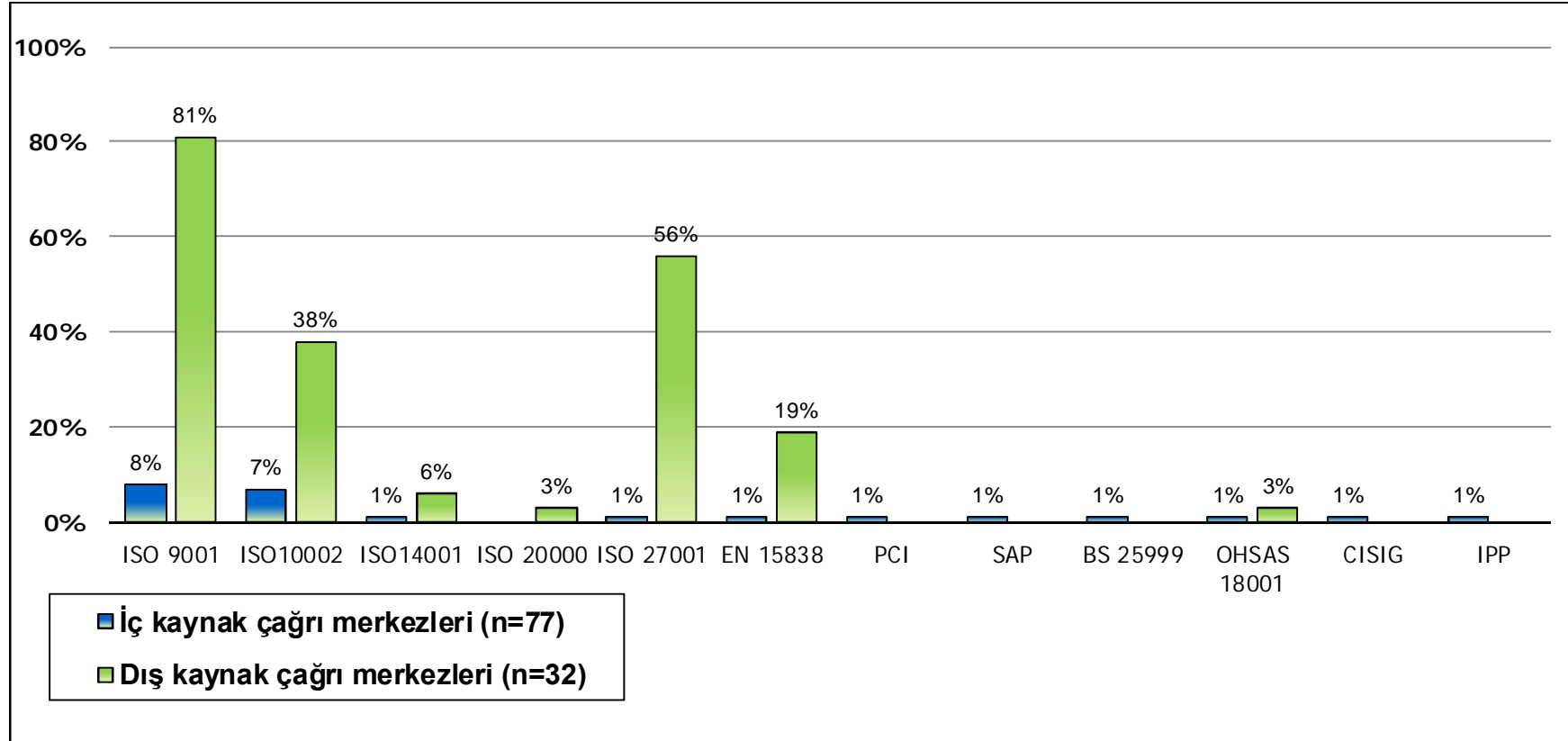
Dış Kaynak Firması Seçerken Dikkat Edilen Kriterler

Baz: Dış kaynak firmasından ÇM hizmeti alan firmalar (n=43)



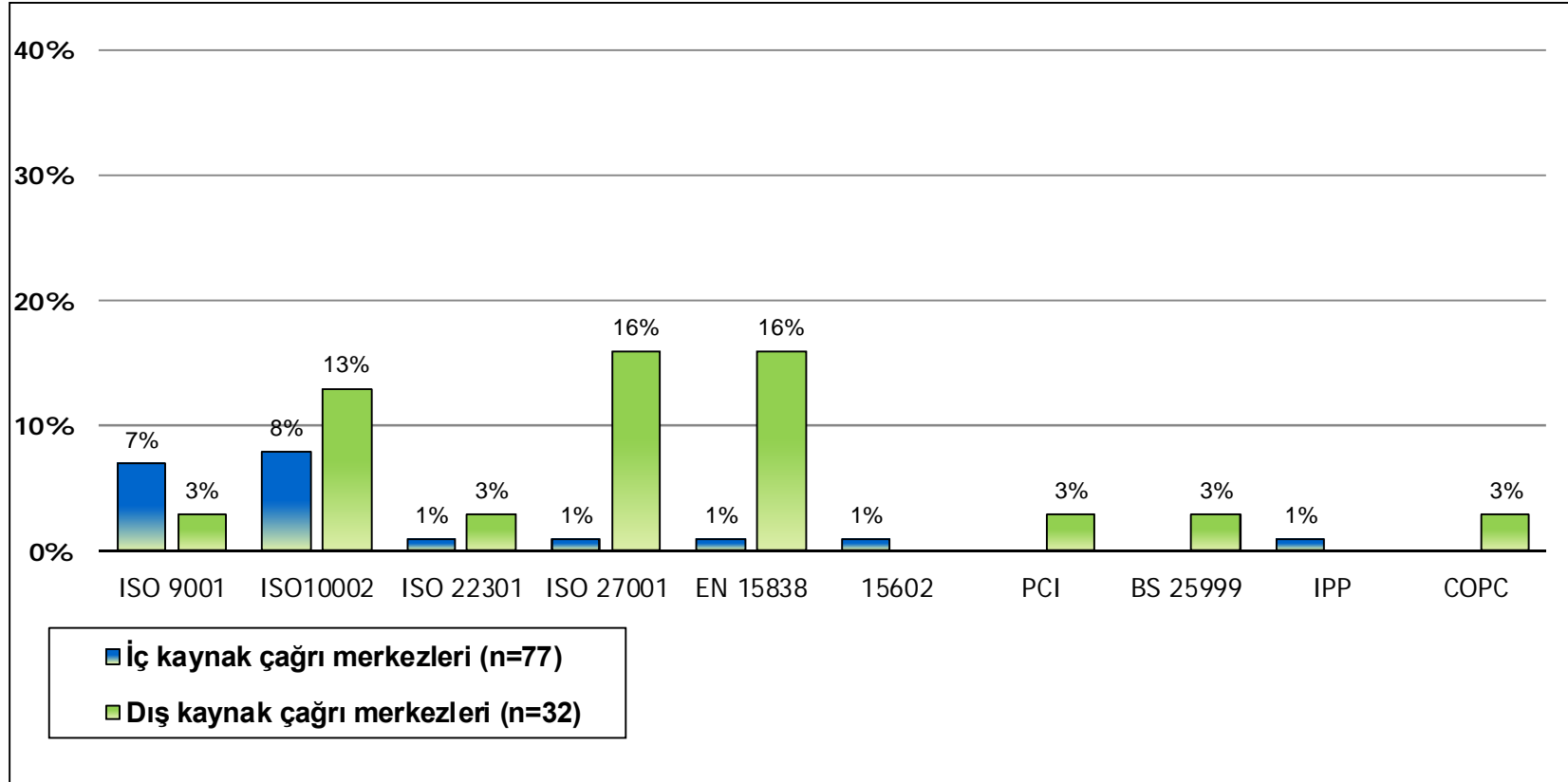
- Hizmet alınacak dış kaynak servis sağlayıcıyı seçerken firmalar en çok bilgi güvenliği, ürün/ hizmet sağlama hızı, hizmet kalitesi ve teknolojik yetkinliğine önem vermektedirler.

Sahip Olunan Sertifikalar



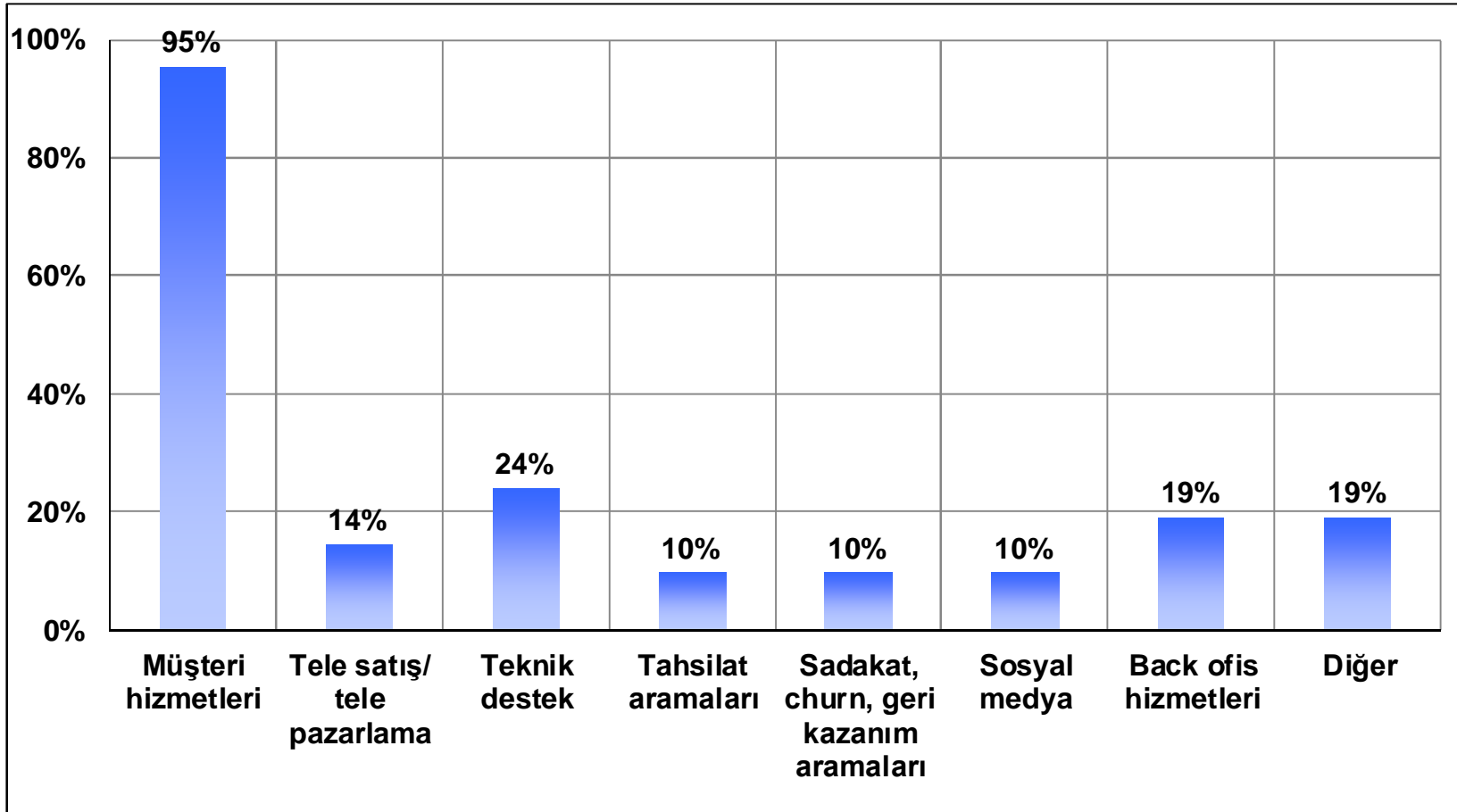
- Dış kaynak servis sağlayıcıların, iç kaynak çağrı merkezlerine göre daha yüksek oranda sertifikaya sahip olduğu görülmektedir.
- Sektörde en yaygın şekilde sahip olunan sertifika ISO 9001'dir.

Sahip Olmak İçin Hazırlık Yapılan Sertifikalar



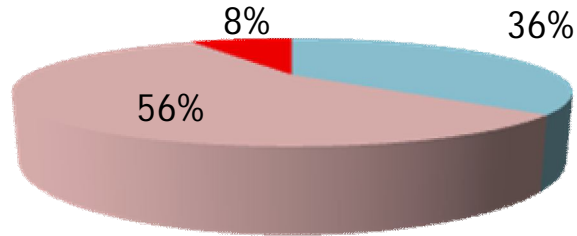
- Bunyesinde ÇM olan firmalar daha çok ISO 9001 ve ISO 10002 sertifikaları için hazırlık yaparken, dış kaynak servis sağlayıcılar, ISO 27001 ve EN 15838 sertifikaları için hazırlık yapmaktadır.

Kamu'da Çağrı Merkezi Kullanım Amaçları



2013 Yılı Kamu Çağrı Merkezi Seat Kapasite Öngörüsü

İç Kaynak



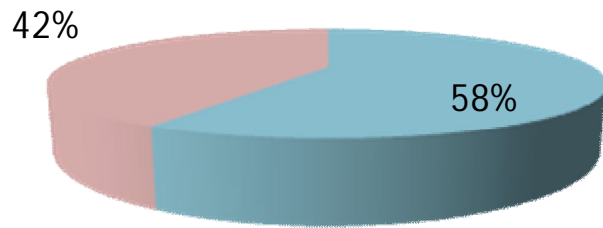
- 2012 yılına göre artacak
- aşağı yukarı aynı kalacak
- 2012 yılına göre azalacak



Baz: Artış olacağını düşünenler

Yeni iş kolları ve hizmetler yüzünden seat ihtiyacı artar %50

Dış Kaynak Kullanıcılar



- 2012 yılına göre artacak
- 2012 yılına göre azalacak



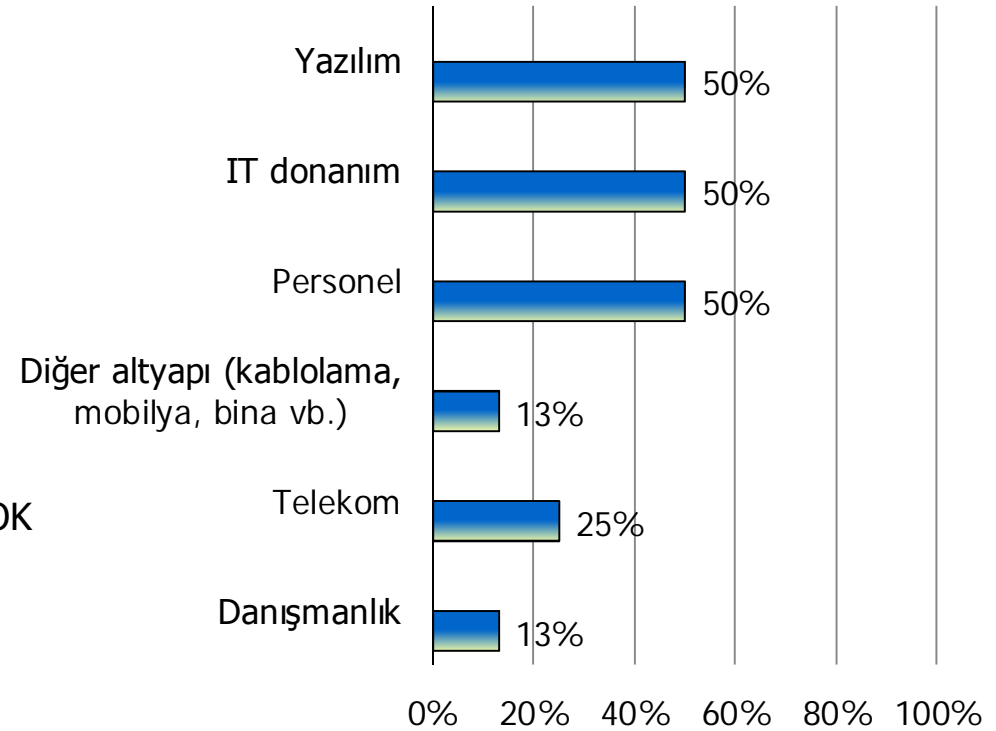
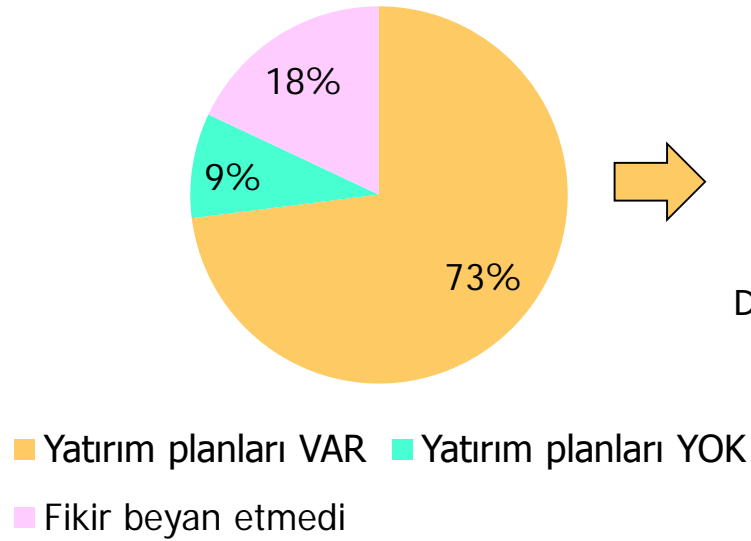
Baz: Artış olacağını düşünenler

Yeni iş kolları ve hizmetler yüzünden seat ihtiyacı artar %20

Kamu 2013 Yatırım Planı

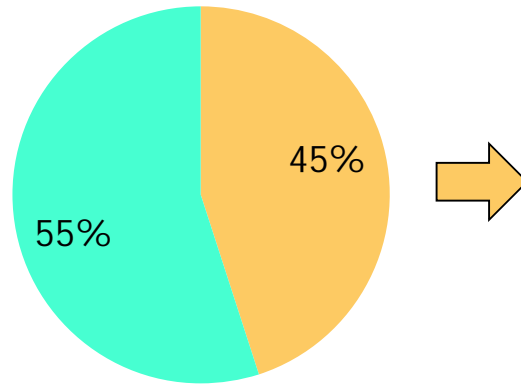
Baz: 2013'de yatırım planlayan iç bünyede ÇM yatırımı olan firmalar(n=8)

İç Bünyede ÇM Yatırımı Olan Firmalar (n=11)



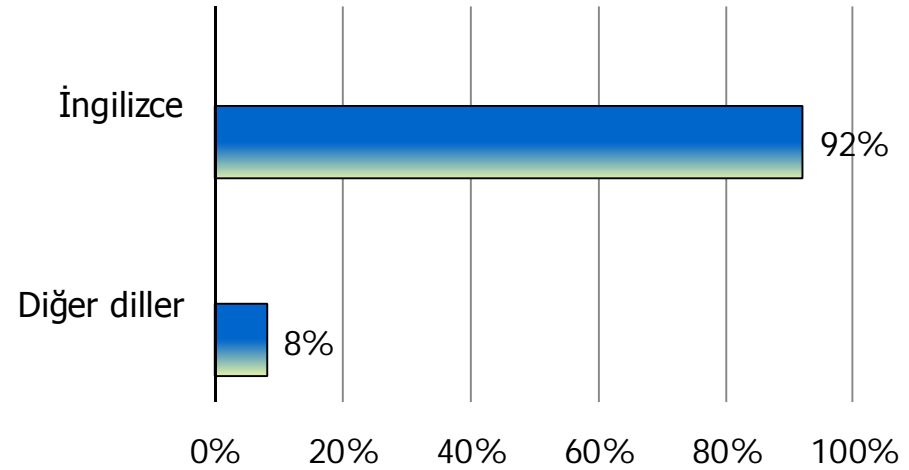
Kamu'da Yabancı Dilde Hizmet

İç Bünyede ÇM Yatırımı Olan Firmalar (n=11)



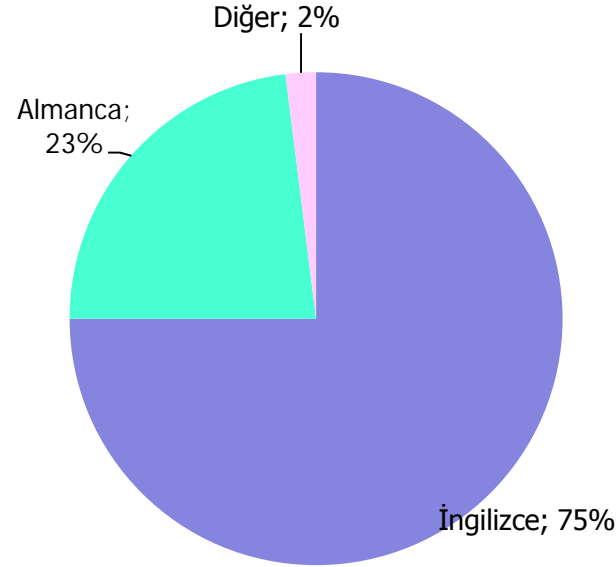
- Yabancı dilde hizmet veriyor
- Yabancı dilde hizmet vermiyor

Baz: Yabancı dille hizmet veren personelin dağılımı



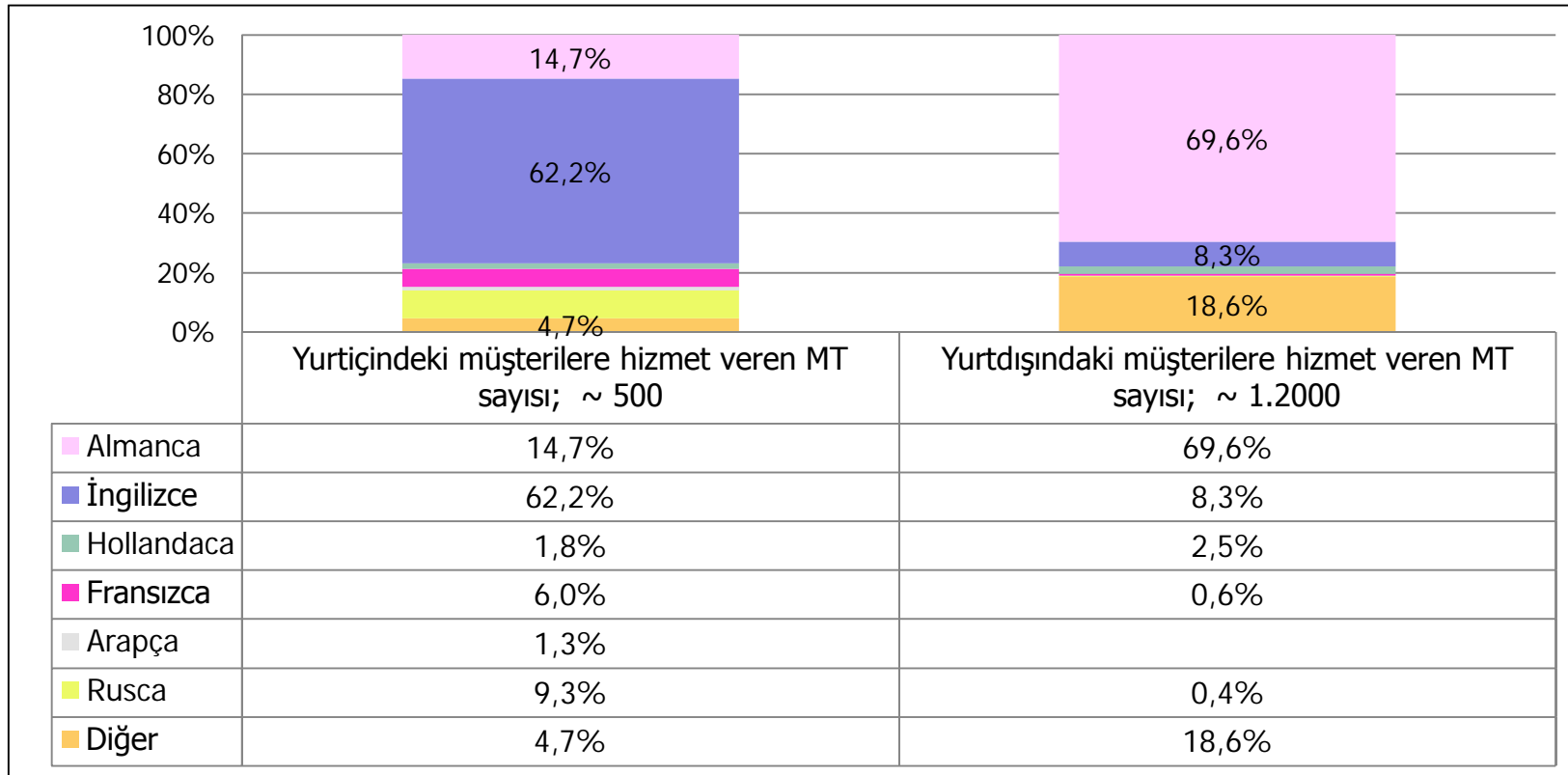
Firma Bünyesinde Bulunan Çağrı Merkezlerinde (İç Kaynak) Verilen Yabancı Dille Hizmet

- Araştırmaya katılan firmalardan alınan bilgiler doğrultusunda 2012 yılında iç kaynak çağrı merkezlerinde yabancı dille hizmet veren yaklaşık **1.000** müşteri temsilcisi olduğu tahmin edilmektedir.



Dış Kaynak Firmalarında Verilen Yabancı Dille Hizmet

- Araştırmaya katılan firmalardan alınan bilgiler doğrultusunda 2012 yılında dış kaynak servis sağlayıcılar bünyesinde yurtiçi müşterilere hizmet veren **500**, yurtdışı müşterilere hizmet veren **1.200** müşteri temsilcisi olduğu tahmin edilmektedir. Söz konusu müşteri temsilcilerin hizmet verdikleri yabancı dillerin dağılımı aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.



Türkiye'deki Off-Shore Çağrı Merkezi Operasyonu

- Türkiye pazarının off-shore faaliyetleri için yeterliliğinin değerlendirilmesi;

