İşletme sahibine 10 rahatsız soru

İşler iyi gidiyor olabilir.

Ama bayinizin müşteriyle baş başa kaldığında ne söylediğini biliyor musunuz?

Her soruya “evet, ölçtük”, “hayır” ya da “bilmiyorum” deyin.

1. Markanızı bayinin tezgâhında kim, nasıl temsil ediyor?

TÜRKİYE VERİSİ **~3.700** franchise markası, **66.000'den fazla** şube. Bu ağ merkezden gözle izlenemez. Ölçmek için: Bayi mağazasında senaryolu gizli müşteri ziyareti; marka temsili için ortak kontrol listesi.

Kaynak: Ekonomist, Franchise 100, Ekim 2024 (dergi beyanı, resmî istatistik değil).

2. Teklif talebinize bayiniz kaç saatte dönüyor? Hiç dönüyor mu?

Test talebi gönderilen 2.241 şirketin **%23**'ü hiç dönmedi.

Ölçmek için: E-posta, web formu ve teklif kanalına gizli müşteri talebi; saat kaydıyla.

Kaynak: Oldroyd, McElheran, Elkington, Harvard Business Review, 2011. ABD. Yazarlardan biri satış yazılımı firmasından.

3. Stoğunuz bittiğinde bayiniz hangi markayı uzatıyor?

TÜRKİYE VERİSİ Satış noktalarının **%72,7**'si, aradığı dondurmayı bulamayan müşterinin noktada satılan markadan aldığını söyledi; **%24,7**'si almadan çıktığını.

Ölçmek için: "Aradığım ürün yok" senaryosu: bekletme mi, sipariş mi, sizin başka ürününüz mü, rakip mi?

Kaynak: Rekabet Kurulu kararı, 22.04.2026; 2025 anketi, 2.000 satış noktası; tek kategori, satış noktası beyanı (müşteri payı değil); soruşturma sürüyor, ihlal kararı yok.

4. Bayiniz müşteriye uygun olanı mı öneriyor, kendine kazandıranı mı?

Gizli müşteri ziyaretlerinde danışmanlar **%50** pahalı ürünü, yalnızca **%7,5** ucuz ürünü önerdi.

Ölçmek için: Rakip markanın daha çok kazandırdığı senaryoda gizli müşteri ziyareti.

Kaynak: Mullainathan, Noeth, Schoar, NBER, 2012. ABD, 2008, 284 ziyaret. Finansal danışmanlık, bayi değil.

5. Telefonda verilen bilgi ile mağazada verilen bilgi aynı mı?

TÜRKİYE VERİSİ Otomobil markaları 2021'in ilk 8 ayında **9.432** şikâyetle en çok şikâyet edilen kategori; öne çıkan sorunlardan biri telefonda ve yüz yüze verilen bilginin tutarsızlığı.

Ölçmek için: Aynı soruyu önce telefonda, sonra mağazada soran eşleştirilmiş senaryo.

Kaynak: Şikayetvar verisi, CNN Türk, 13.10.2021. Kendiliğinden yapılan şikâyetler; yaygınlık göstermez.

6. Bayinize yapılan şikâyet sizin masanıza ulaşıyor mu?

Şikâyetini yönetime ya da merkeze taşıyan müşteri yalnızca **%1–5**.

Ölçmek için: Şikâyet kayıtlarını konu, dönem ve kanala göre sınıflayıp öne çıkan konuları sahada sınamak.

Kaynak: TARP buzdağı grafiği, 1988; John Goodman, 1999. ABD ağırlıklı.

7. Protokolü imzaladınız. Uygulandığını nereden biliyorsunuz?

TÜRKİYE VERİSİ Bir düzenleyici yükümlülükte satış noktalarının yarısı kuralı olumlu buldu; uygulamayı deneyen yalnızca **%12,5**.

Ölçmek için: Protokol maddelerinden türetilen gözlem formuyla gizli müşteri ziyareti.

Kaynak: Rekabet Kurulu kararı, 22.04.2026 (2025 anketi; şirket adı verilmez; soruşturma sürüyor).

8. Bölge müdürünüzün haberli ziyareti gerçeği mi gösteriyor, provayı mı?

Zamanı tahmin edilemeyen denetimler, beklenebilen günlere göre **%16,3** daha fazla ağır kritik ihlal buldu. İki grup da habersizdi; haberli ziyaret ölçülmedi.

Ölçmek için: Habersiz, düzenli ve periyodik ölçüm.

Kaynak: Makofske, Economics Letters, 2019. ABD, Los Angeles, gıda denetimi. Bayi kanalı değil.

9. Siz kendinizi nasıl görüyorsunuz, müşteriniz sizi nasıl görüyor?

Şirketlerin **%80**'i üstün deneyim sunduğuna inanıyordu. Müşteri tarafı verisine göre bunu yapanlar **%8**'di.

Ölçmek için: Gizli müşteri (yapılan) ile müşteri ve bayi görüşmeleri (söylenen ve nedeni) birlikte.

Kaynak: Bain & Company, 2005 (danışmanlık yayını; ülke belirtilmemiş, Türkiye verisi değil). 362 şirket anketi ve ayrı bir müşteri veri tabanı (iki ayrı veri seti).

10. Ürün ve işbirliği kararlarınız gerçek ihtiyaca mı dayanıyor, tahmine mi?

TÜRKİYE VERİSİ 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerin yalnızca **%12,0**'ı müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) yazılımı kullanıyor.

Ölçmek için: Bayi ve müşteri ihtiyaç araştırması (anket ve görüşme), karar öncesi kavram testi.

Kaynak: TÜİK, Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2025 (rakamlar DHA ve alomaliye yayınları üzerinden). Yazılım kullanımını ölçer; araştırma yapılıp yapılmadığını ölçmez.

Dürüst bir not ve tek bir adım

Gizli müşteri puanı satışı tahmin etmez; uyum ve temsil kontrolüdür. Kanal denetimi bayinin fiyatını dikte etmek için değildir.

Dünyadaki araştırmalar bunu gösteriyor. Sizin ağınızda ne olduğunu ancak ölçerek bilirsiniz.

Her bulgu tarihi, örneklemi, yöntemi ve sınırıyla. Son onay insanda.

ilyasaltindag.com/hizmetler/gizli-musteri

Kaynak: Blessing ve Natter, Journal of Retailing, 2019. Rekabet Kurumu, Etki Analizi Raporu 2023–2024.