

ÖZEL ÇALI MA

Türkiye Ça ırı Merkezi Pazarı 2011*

Türkiye Ça ırı Merkezi Ara tırması, Türkiye'deki ça ırı merkezi kullanım seviyesini ve var olan ça ırı merkezlerinin kapasitesini saptamak için gerçekleştirilmiştir.

Çalı ma kapsamında aşağıdaki konularda bilgiler toplanmıştır;

- Kullanımda olan ça ırı merkezi adetleri
- Ça ırı merkezi adetlerinin sektörlere dağılımı
- Ça ırı merkezlerinin seat (koltuk) ve agent (müşteri temsilcisi) kapasitesi
- Sunulan ça ırı merkezi hizmetleri
- Kullanılan ça ırı merkezi teknolojileri

Çalı ma kapsamında toplam 239 firma ile görüşülmüştür. Bu firmaların dağılımı aşağıda gösterilmektedir;

- Kendilerine ait bir ça ırı merkezi altyapısı bulunan firmalar (135 firma)
- Ça ırı merkezi hizmeti veren firmalar (47 firma)
- Ça ırı merkezi hizmetlerini dış kaynak olarak alan kullanıcılar (23 firma)
- Ça ırı merkezleri firmalarına ait ama farklı firmalardan da ça ırı merkezi hizmeti alan firmalar (14 firma)
- Ça ırı merkezi altyapısı satan, kuran, danışmanlık hizmeti veren firmalar (20 firma)

Ara tırmaya en az 5 seat sahibi olan firmalara ça ırı merkezi kullanıcıları olarak kabul edilip, dahil edilmiştir.

Bir önceki yıllarla ilişkin karıla tırmalarda kullanılan figürler, IMI Fuarcılık 2007, 2008, 2009, 2010 yıllarında yaptıkları çalı malarda yer alan figürlerdir.

*Türkiye Ça ırı Merkezi 2011 çalı ması Turkcell Global Bilgi'nin katkılarıyla Karya Ara tırma Ve Danışmanlık Hizmetleri tarafından IMI Fuarcılık Ltd. tarafından Eylül 2011 tarihinde yapılmıştır. Her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Çağrı Merkezi Pazarı Genel Değerlendirmesi

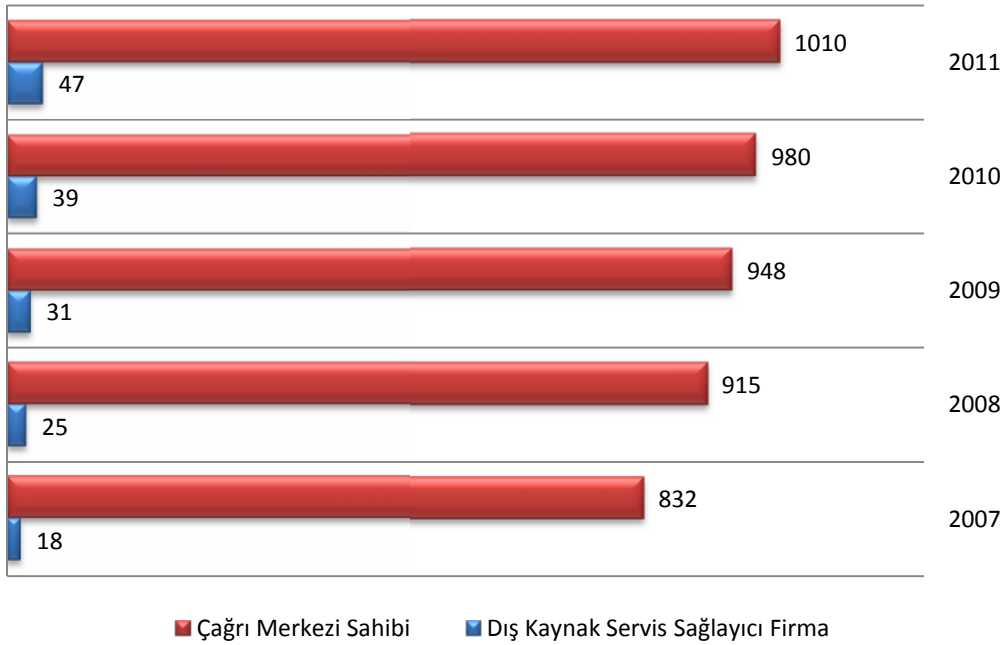
- 2010 yılında 472,5 milyon dolar seviyesinde olan dış kaynak pazarının ekonomik büyüklüğü 2011 yılında 640 milyon dolar seviyesine, iç kaynak da dahil edildiğinde toplam 1.1 milyar dolar seviyesine yükseldiği tahmin edilmektedir
- 20'den fazla firma önümüzdeki günlerde Anadolu'da ki televizyon bölgelerine yeni çağrı merkezi yatırımları planlamaktadır. Bu firmaların yaklaşık yarısı dış kaynak firmasıdır. Firmalar planladıkları seat yatırımlarını gerçekleştirebilirlerse önümüzdeki yıl Anadolu'daki seat sayısında minimum 4.000 adetlik bir artış öngörülmektedir. Buda kısa vadede sektörünün Anadolu'da 3.000-3.500 kişilik bir ek istihdam yaratacağı anlamına gelmektedir.
- Kamu sektöründe artan çağrı merkezi talebi, genel olarak pazarın büyümesini tetiklemektedir. 2010 yılında %2,5 olan kamu çağrı merkezi oranının, 2011 yılında %30 büyüyerek 3,2 seviyesine çıktığı tahmin edilmektedir.
- Toplam seat sayısı 2010 yılına göre yaklaşık %19 büyüme göstererek 41.000 adet seviyesinden 48.900 adet seviyesine yükselmiştir.
- 2010 yılında 50.000 seviyesinde olan toplam agent sayısının 2011 yılında 55.000 kişisine biraz üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Araştırma sonucuna göre agentların %58,6'lık bir kesiminin İstanbul, %9,5 Ankara, %3,6 İzmir'de istihdam edilmektedir. Bu 3 büyük il dışında istihdam edilen agent sayısı tahminen 16.000 kişidir. Önümüzdeki yıl öngörülen yeni seat yatırımları ve mevcut yatırımlardaki istihdam artışları ile birlikte 2012 yılında bu sayının 20.000'in üzerine çıkacağı beklenmektedir.
- 2011 yılında Türkiye'deki çağrı merkezi sayısında bir önceki yıla göre yaklaşık %4 büyümeye 1050 civarında olduğu tahmin edilmektedir. 2010 yılında olduğu gibi en önemli artış, dış kaynak servis sağlayıcılarının sayısında görülmektedir
- E-ticaret çağrı merkezlerinin sektörel dağılımına bakıldığında geçtiğimiz yıl %16,3 ile ilk sırada yer alan toptan/perakende/ tüketim sektörünün bu yıl %19'a yükselerek ilk sıradaki yerini koruduğunu görüyoruz. toptan/perakende/ tüketim ürünlerinin geçtiğimiz yıl olduğu gibi finans sektörü izlemektedir. Sektörel dağılımda en dikkat çekici artış ise turizm/ulaşım sektöründe yaşanmıştır.
- Geçmiş yıllarda olduğu gibi hem iç, hem dış kaynak çağrı merkezlerinin en fazla müşteri hizmetleri amacıyla kullanıldığı görülmektedir. Ancak müşteri hizmetleri kullanım yoğunluğu iç kaynaktan dış kaynağa göre daha fazladır. tele satış ve tele pazarlama gibi gelir yaratan hizmetler ise daha çok dış kaynak çağrı merkezlerinde görülmektedir.

Çağrı Merkezi Pazarı Genel Görünümü

2011 yılında Türkiye'deki çağrı merkezi sayısında bir önceki yıla göre yaklaşık %4 büyüme gösterdiği tahmin edilmektedir. 2010 yılında olduğu gibi önemli artış, dış kaynak servis sağlayıcılarının sayısında görülmektedir (%21'lik artış). 2010 ve 2011 yıllarında dış kaynak çağrı merkezi sektöründe şirket birleşmeleri görülse de yeni kurulan dış kaynak çağrı merkezlerinin sayısının birleşmelerden daha fazla olması sebebiyle, toplamda dış kaynak firma sayısındaki artış devam etmiştir.

Çağrı merkezi hizmetinin sadece müşteri hizmetleri açısından değil de bir satış, pazarlama kanalı olarak görülmesi bilincinin yerleşmesi pek çok yeni firma tarafından bu hizmete duyulan talebi arttırmaktadır.

Figür 1 – Türkiye Çağrı Merkezi Pazarı, adet, 2007-2011



Kaynak: KARYA Araştırma, 2011

Çağrı Merkezlerinin Sektörel Dağılımı

Geçen yıllarda olduğu gibi çağrı merkezlerinin önemli bir kısmı toptan/perakende/ tüketim ürünleri sektöründe yoğunlaşmaktadır. Bu sektördeki firmaların bir kısmı kendi çağrı merkezi yatırımlarını yapmayı tercih ederken, çok sayıda dış kaynak çağrı merkezlerinde hizmet alan firmalarda bulunmaktadır. Zaman içinde bu sektörde faaliyet gösteren bazı çağrı merkezlerinin kapasite artırma ihtiyaçları doğduğunda, bu ek maliyete katlanmak istemeyip dış kaynak çağrı merkezlerine yönelecekleri düşünülmektedir.

2010 yılına göre incelediğimizde, çağrı merkezi sayısında bazı sektörlerde artış olduğu tespit edilmiştir. Özellikle kamu sektöründeki çağrı merkezi sayısının toplam çağrı merkezlerine göre oranı %30'luk bir artış göstererek, 2010 yılında %2,5 mertebesindeyken, 2011 yılında %3,2 seviyesine çıktığı tahmin edilmektedir.

2010 yılına göre özellikle toptan/perakende/tüketim ürünleri, taşımacılık-lojistik, kamu, elektronik-bilişim sektörlerindeki çağrı merkezi sayısının toplam çağrı merkezi sayısı içindeki payının artış gösterdiği tahmin edilmektedir.

Figür 2 – Çağrı Merkezlerinin Sektörel Dağılımı, (%), 2011



Kaynak: KARYA Araştırma, 2011

Hizmet Kullanım Yoğunluğu

2011 yılındaki çalışmaları kapsamında görülen firmalara çağrı merkezi hizmet kullanım yoğunluklarını 1 ile 5 arasında değerlendirilerek ölçümlendirmeleri istenmiştir. Çağrı merkezi, söz konusu hizmetleri sunmuyor ya da çok az miktarda sunuyorsa "1", çok yoğun şekilde sunuyorsa "5" derecesi verilmesi istenmiştir. Kullanıma göre 1 ile 5 arasında değerlendirilerek yoğunluğu belirlemek için kullanılabilmektedir.

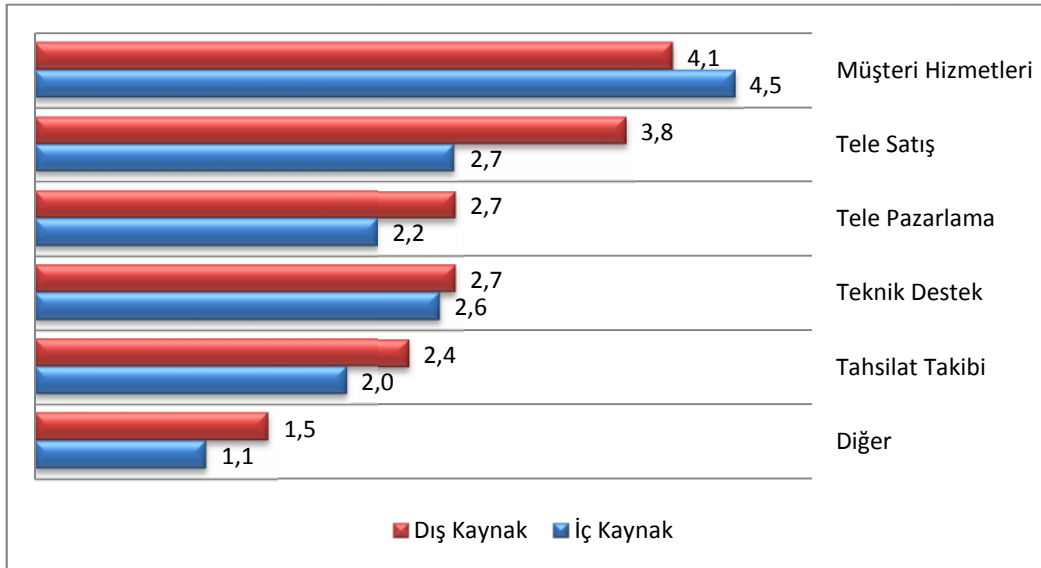
2011 yılında hem iç kaynak hem de dış kaynak söz konusu olduğunda çağrı merkezlerinin, en yoğun olarak önceki yıllardaki gibi müşteri hizmetleri amacıyla kullanıldığını görülmektedir. Müşteri hizmeti olarak kullanım yoğunluğu iç kaynakta, dış kaynağa göre daha yüksektir.

Özellikle dış kaynak çağrı merkezlerine, tele satış ve tele pazarlama gibi gelir yaratan hizmetlerin daha yoğun oranda kayıtları görülmektedir.

Tahsilat takibi hizmeti bazı sektörlerde (finans, telekomünikasyon, medya vb.) yoğun şekilde hem iç kaynak hem de dış kaynak çağrı merkezleri kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Pek çok sektör için bu hizmet kullanılmadığı için genel kullanım yoğunluk ortalaması nispeten düşük kalmaktadır.

Teknik destek hizmetinin geçmiş yıllardan farklı olarak bu yıl dış kaynak çağrı merkezlerinde kullanımının artması, elektronik, bilişim, telekom gibi teknik destek hizmetinden faydalanan sektörlerin daha yoğun şekilde bu tür hizmetleri dış kaynak servis sağlayıcılardan almayı tercih etmeleri sebep olabilir.

Figür 3 – Hizmet Kullanım Yoğunluğu, (min 1- max 5), 2011



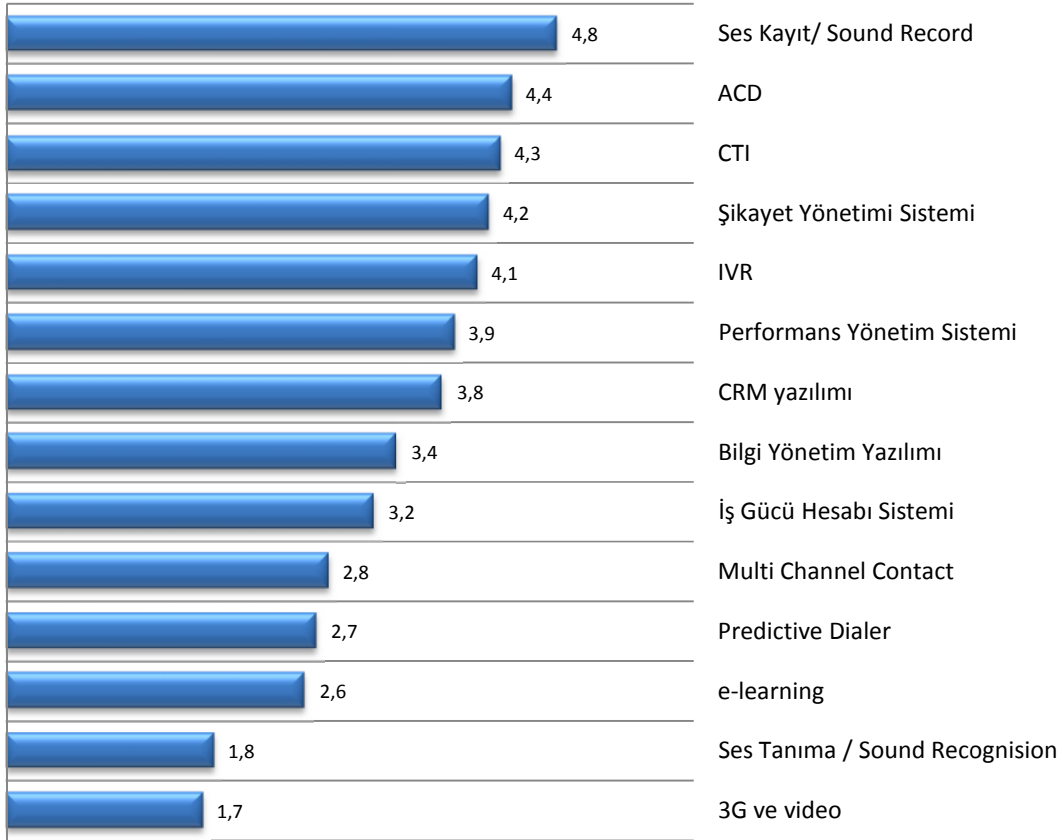
Kaynak: KARYA Araştırma, 2011

Teknoloji Kullanım Yo unlu u

2011 yılındaki çalı ma kapsamında görü ülen firmalara ça rı merkezinde teknoloji kullanım yo unluklarını 1 ile 5 arası de er kullanarak ölçümlendirmeleri istenmi tir. Ça rı merkezi, söz konusu teknolojiyi kullanılmıyor ya da çok az miktarda kullanılıyorsa "1", çok yo un ekilde kullanılıyorsa "5" de eri verilmesi istemi tir. Kullanıma göre 1 ile 5 arası de erler de yo unlu u belirlemek için kullanılabilir.

En yo un kullanılan teknolojiler ses kayıt, ACD, CTI, şikayet yönetim sistemi ve IVR'dır. Geçen yıllara göre ses kayıt hizmetinin kullanım yo unlu u artmı tir.

Figür 4– Teknoloji Kullanım Yo unlu u, (min 1- max 5), 2011



Kaynak: KARYA Ara tırma, 2011