

Güven ve İtibarın Korunması

GRI 102-11

Türk perakende sektöründe 65. yılını kutlayan Migros oluşturduğu ekosistem ile toplumumuza, ekonomimize ve çevreye fayda sağlamak için çalışmalar yürütüyor. Taze, sağlıklı, kaliteli ürün ve hizmet anlayışımız ile sağlıklı ve iyi nesillerin yetiştirilmesini destekliyor, müşterilerimize fark yaratan alışveriş deneyimi sunarak, her zaman güvenilen ve tercih edilen ilk adres olmayı hedefliyoruz. Türkiye'nin en deneyimli süpermarket zinciri olarak, 65 yılda inşa ettiğimiz bu marka algısını, itibarı ve güveni devam ettirmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

"Migros Size İyi Gelecek" sloganımızla, müşterilerimizin aile bütçesine, sağlığına, keyifli yaşamına; özetle hayatlarının her anında, ihtiyaç duydukları her noktada iyi gelmek için çalışıyoruz.

MARKA ARAŞTIRMALARI

Marka algımızı, itibar ve güveni tüm paydaşlarımızla kurduğumuz kesintisiz iletişim ile korumaya çalışırken, kurumsal araştırmalarımızla da gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Kendi yürüttüğümüz çalışmalara ek olarak bağımsız kuruluşlar tarafından yürütülen araştırmalarda da markamızın olumlu algısının yansımaları görüyoruz.

17 farklı sektörde toplam 155 şirketin değerlendirildiği, Türkiye'de bugüne kadar gerçekleştirilen en büyük ve en kapsamlı itibar yönetimi araştırması olan "RepMan Türkiye İtibar Ligi"nde yer aldık.

Capital Dergisi'nin "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında üst üste 16. defa "Perakende Sektörünün En Beğenilen Şirketi" ödülünü aldık.

Aynı araştırmada, sektör bağımsız olarak belirlenen "En Beğenilen 20 Şirket" arasında yer alıyoruz.

Ayrı bir paragraf olarak eklenecek: Türkiye İtibar Akademisi tarafından gerçekleştirilen "Türkiye'nin En İtibarlı Markaları" ödül töreninde "Türkiye'nin En İtibarlı Perakende Mağazacılık Markası" kategorisinde ödül almaya hak kazandık.

Her sene ortalama 2.400 katılımıyla gerçekleştirilen Müşteri Bağlılığı Araştırması'na göre 2019 yılında bağlılık skorunda gıda perakendesi sektörü ortalamasından 2,9 puan yüksek puan aldık. Ayrıca, "Müşteriye Sunduğu Ürün Kalitesi" puanımızı bir önceki yıla oranla 2 puan, "Marka ve Ürün Çeşitliliği" puanımızı ise 6 puan artırdık. Ayrıca, Müşteri Bağlılığı Araştırmamızda müşterilerimizin Migros'u tercih etmelerinde en öne çıkan neden, "Migros'a duydukları güven" olarak belirleniyor.

Markalarımızın marka değeri ve karakterini belirlemek için çeşitli yöntemlerle araştırmalar gerçekleştiriyoruz. 2019 yılında Macrocenter'in marka değeri

yoğunlaşmak için anket, Migros Sanal Market'in marka karakterine yoğunlaşmak amacıyla da nöro-araştırma gerçekleştirdik.



İyi Müşteri Deneyimi

GRI 103-1, 103-2-103-3, 418, 418-1

İLETİŞİM VE GERİ BİLDİRİM

Köklü geçmişimizin temellerini oluşturan fark yaratan alışveriş deneyimi yaklaşımımızla daima müşterimiz için değer yaratmak, onların beklenti ve geri bildirimlerine hızlı ve etkin şekilde yanıt vermek önceliklerimiz arasında yer alıyor. Sürekli geliştirdiğimiz iletişim kanallarımız ile **müşterilerimizin deneyimlerini en üst seviyeye çıkarmak için hassasiyet gösteriyoruz.** Bu kapsamda çalışmalarımızı sahip olduğumuz TS ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi gerekliliklerine uygun şekilde gerçekleştiriyoruz. Müşterilerimizden gelen tüm geri bildirimleri kayıt altına alıyor, gizlilik esasınca değerlendiriyor ve en geç 48 saat içinde objektif ve adil çözümler üretiyoruz. 2019 yılında tüm kanallarımızdan yaklaşık **1.500.000 müşteri geri bildirimini aldık.** Gelen tüm talep ve öneriler ilgili birimlerce değerlendirildi ve **çağrılarının yüzde 95'i hedeflenen süre içinde çözümlendi.**

TS ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi sahibiyiz!

Dijital dönüşümle birlikte değişen tüketici alışkanlıklarını ve ihtiyaçlarını göz önüne alarak müşterilerimizin günlük hayatlarında tercih ettikleri her kanalı bir iletişim aracı olarak değerlendiriyoruz. Bu doğrultuda, müşterilerimize ulaştığımız kanallar her yıl artıyor veya dijital alt yapı ile geliyor. Geçtiğimiz yıllarda iletişim kanallarımıza dahil ettiğimiz WhatsApp hattımıza bu yıl tamamen dijital bir altyapı üzerinden çalışan, **kısayol yönlendirmeleri ile anında bilgi almayı sağlayan Kurumsal WhatsApp hattımızı devreye aldık.**

Bunun yanında, sosyal medya üzerinden doğrudan şirketimiz ve sektörümüzü ilgilendiren konu ve paylaşımları yakından takip ediyoruz. Müşterilerimizin taleplerini,

soru ve ihtiyaçlarını doğrudan resmi sosyal medya hesaplarımıza yöneltilmemiş olsa dahi yanıtıyor ve çözüme ulaştırıyoruz. Bu kapsamda, 2019 yılında sosyal medyada 1.300.000 iletiyi takip ve analiz ettik. Sosyal Medya Takip Ekranlarımız aracılığıyla sektörümüz ile ilgili en fazla konuşulan konuları, öne çıkan paylaşımları ve bunların olumlu - olumsuz etkilerini ve paylaşımlardaki sıra dışı artışları anlık olarak takip ediyor ve gerekli aksiyonları hızla alabiliyoruz.

Müşterilerimizin görüş, talep ve önerilerini faaliyetlerimizi geliştirme adına önemli bir kılavuz olarak görüyoruz. Büyük veriyi hem geleneksel ve dijital her kaynaktan hem de detaylı geri bildirim incelemelerimizle besliyoruz. Müşteri Deneyimini en iyi yöneten markaların belirlendiği "A.C.E (Achievement in Customer Excellence) Awards" ödül töreninde Ulusal Zincir Market Sektöründe Diamond ödülüne layık görüldük.



Müşterilerimizin Bize Ulaşabileceği Kanallar

MiGROS macro▲center **MiGROS**
sanalmarket



444 10 44
Müşteri Hattı



Migros Mobil



0530 915 45 45
WhatsApp Hattı



Twitter



0530 300 13 00
Kurumsal WhatsApp



Facebook



iletisim@migros.com.tr
etik@migros.com.tr
surdurulebilirlik@migros.com.tr



Instagram

taze
Direkt
.com



444 75 15
Mutlu Müşteri Hattı



Twitter



Facebook

MEMNUNİYET ARAŞTIRMALARI

Müşteri memnuniyeti ve bağlılığı Şirketimizin öncelikli konuları arasındadır. Müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerine paralel olarak değişime açık ve yenilikçi çalışma yöntemlerimiz ile hizmet kalitemizi en yükseğe taşımaya devam ediyoruz. Araştırma yöntemlerini de müşterilerimizi daha iyi anlamak için etkin olarak kullanıyor, mikro segmentlere kadar derinlemesine araştırmalar gerçekleştirebiliyoruz. Araştırmalarımız sonucunda müşterilerimizden aldığımız geri bildirimler, şirketimizin hedef ve stratejilerini belirlemede değerli bir kaynak olarak, yol gösterici bir görev üstleniyor. Bu doğrultuda, 2019 yılında toplamda **474.991 kişiyi kapsayan tüketici ve trend araştırmaları gerçekleştirdik.**

Bu araştırmaların bazıları şunlardır:

- Müşterimi Dinliyorum Anket projesi kapsamında 431.000 kişiyle mağaza içinde memnuniyet seviyesini ölçmek için anket çalışması gerçekleştirildi.
- Müşterimi Dinliyorum Kalitatif Araştırma projesi kapsamında mağaza müdürleri aracılığıyla müşterilerimizin memnuniyet seviyesini öğrenmek için Focus Grup çalışmaları yaptık.

- Müşteri Anket Programı üzerinden farklı konularda 19.500 müşterimizle anket çalışması gerçekleştirdik.
- Ramstore müşteri memnuniyetini ölçmek için Kazakistan'da 257 kişiyle, Kuzey Makedonya'da 475 kişiyle anket çalışması gerçekleştirdik.

**474.991 kişiyi
kapsayan tüketici ve
trend araştırmaları
gerçekleştirdik.**



Veri Gizliliği

GRI 103-1, 103-2-103-3, 418, 418-1

Gizlilik ve Veri Güvenliği Politikamızda,

müşterilerimizin hangi bilgilerinin toplandığını, ne için kullanıldığını ve bilgi güvenliğinin nasıl sağlandığını detaylı bir şekilde ifade ediyoruz. Müşterilerimizin bilgilerinin korunmasıyla ilgili güncellemeler ve aydınlatıcı bilgilendirmeleri www.migroskurumsal.com web sitemizde paylaşıyoruz. 2019 yılında Migros'a mahkeme, savcılık veya Bakanlık gibi resmi makamlardan gelen, kişisel bilgi güvenliğinin ihlali konulu bir bildirim olmadı. Bununla birlikte, yönetmelik ve mevzuatlar gereğince müşteri bilgileri, ilgili müşterilerin talebi doğrultusunda silinir. 2019 yılında toplamda 198 müşterimizin bilgileri, talepleri doğrultusunda silindi.

