İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

# İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENME UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ/E-BÜLTEN

Nisan / 2025 / Sayı 21

# Veriyle Güçlen, CRM'le Yön Ver!
# Kurumsal Hafıza İçin Bir Sayfa Daha

## CRM Nedir?

CRM, "Customer Relationship Management" yani Müşteri İlişkileri Yönetimi sistemidir. Ancak, üniversitelerde kullanılan CRM'ler genellikle iç ve dış paydaş süreçlerinin yönetilmesine odaklanır. Bu nedenle, burada "müşteri" kavramını iç paydaşlar için akademisyen, öğrenci, idari personel, üniversite yönetimi teknik ve destek hizmetleri; dış paydaşlar için mezunlar, devlet kurumları, kurumsal firmalar, diğer üniversiteler, akademik kurumlar ve aday öğrenciler gibi farklı paydaşlar için genişletebiliriz.

## İstanbul Okan Üniversitesi CRM'i Neden Kullanıyor?

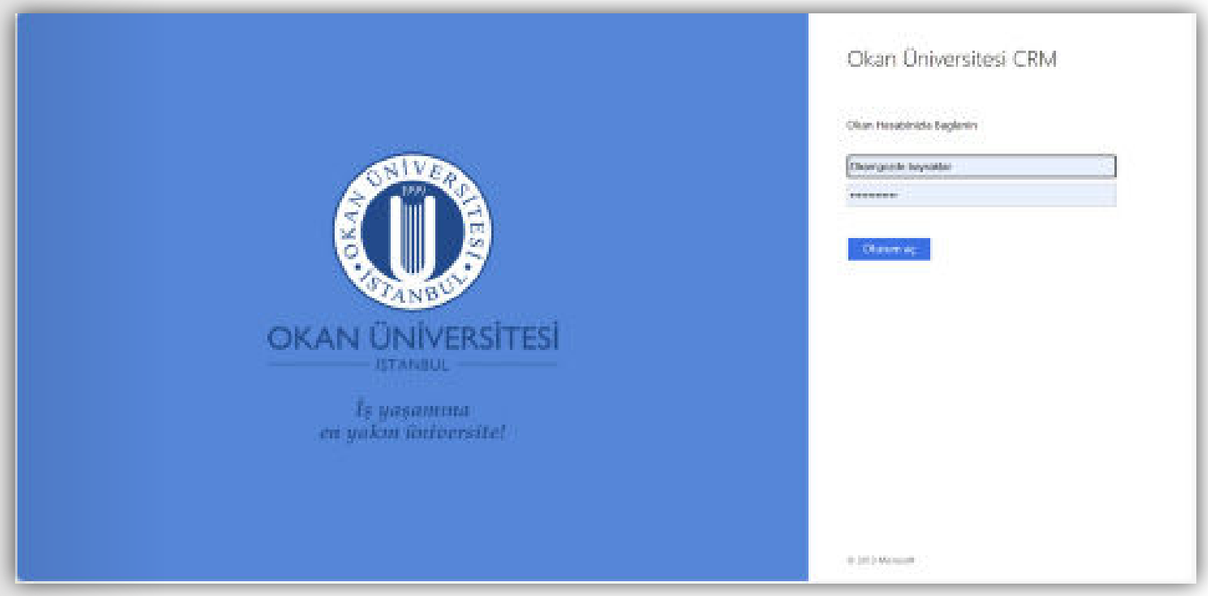
- CRM, üniversitenin tüm birimlerinin verimli ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını, veri toplamasını ve analiz yapmasını sağlar.
- Birimler arası koordinasyonu artırarak daha iyi hizmet sunumu ve yönetim desteği sağlar.
- Öğrenci ve personel ilişkilerini güçlendirerek süreçlerin daha düzenli ve dijital olmasını sağlar.

## Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics tabanlı olan İstanbul Okan Üniversitesi CRM Sistemi, güçlü ve esnek bir müşteri ilişkileri yönetimi platformudur. Öğrencilerin, akademik/idari birimlerin ve sağlık verilerinin süreçlerini yönetmek için kullanılır.

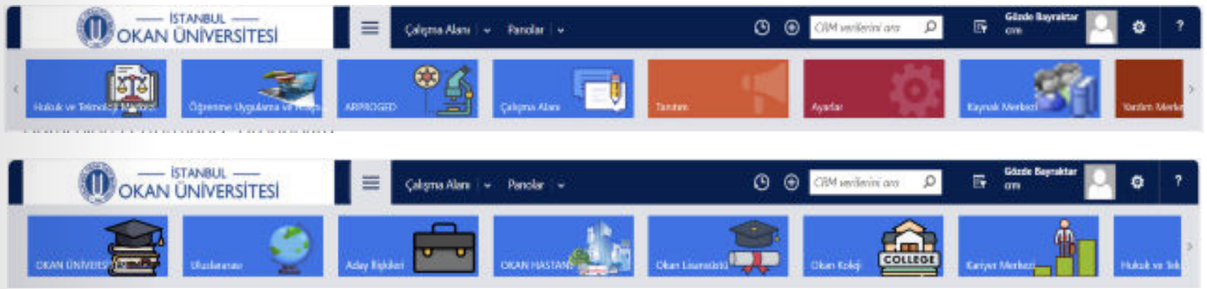
## CRM'e Erişim

crm.okan.edu.tr web sitesi üzerinden CRM'e erişilebilir.




## CRM Ana Sayfası

- CRM sisteminde, üç çizgiden açılan menüde farklı birimlerin başlıkları görünmektedir.
- Birimler kendi süreçlerini yönetmek için kendi özel akışlarını ve veri yapılarını kullanır.
- Her birimin işleyişi farklı olduğundan, sistemde birimler arası veri akışı belirli kurallar çerçevesinde ilerler.



## Sistemi Aktif Kullanan Birimler

- Uluslararası Ofis
- Kariyer Merkezi
- Aday İlişkileri
- Okan Hastanesi
- Kolej
- Kongre Merkezi
- Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- Arproged

## Her Birimin Kendi Akışı Vardır

CRM, birimlerin kendi süreçlerine uygun şekilde özelleştirilebilir.
Örneğin:

- Aday İlişkileri Birimi, aday öğrencileri ve etkinlikleri yönetirken,
- Kariyer Merkezi, mezun takibi ve iş/staj başvurularını yönetir.
- Her birim, kendi iç süreçlerinde üst-ast ilişkisine dayalı olarak raporlama yapar. Bu raporlar, hem yönetim için hem de birim içi değerlendirmeler için düzenli olarak hazırlanır ve paylaşılır. Bu sayede her birim, sürecin her aşamasında şeffaflık ve verimlilik sağlar.

## Kullanıcı Rolleri ve Yetkilendirme

CRM içinde her kullanıcı, rolüne göre belirli yetkilere sahip olur.
Örneğin:

- Kolej personeli, yalnızca koleje gelen aday başvurularını görebilir.
- Hastane personeli, hasta verilerini tanı bilgilerine göre sorgulayabilir.
- Kariyer Merkezi çalışanları, öğrencilerin ve mezunların özgeçmişlerini görüntüleyebilir ancak akademik notlarına erişemez.

Her kullanıcı, CRM içindeki rolüyle bağlantılı olarak kendi biriminin ve yetkilendirildiği alanları açma yetkisine sahiptir. Bu, sistemdeki her kullanıcıya özel erişim hakları tanır ve yalnızca ilgili verilerin paylaşılmasını sağlar.



## Entegrasyon

CRM, üniversite içinde kullanılan farklı platformlarla entegre çalışabilmektedir.
Örneğin:

- OİS (Öğrenci İşleri Sistemi)
- HBYS (Hastane Bilgi Yönetim Sistemi)
- YÖK (Yükseköğretim Kurulu)

Bu entegrasyonlar, veri akışını kolaylaştırır ve tüm platformların birbirleriyle uyum içinde çalışmasını sağlar. Böylece veriler her zaman güncel ve tutarlı olur.

## Modüller ve Özellikler

**Dashboard (Kontrol Paneli):** Üniversite CRM sisteminin en güçlü özelliklerinden biridir ve özellikle uluslararası öğrencilerin verilerini görselleştirerek yönetimin karar süreçlerine büyük katkı sağlar. Bu özellik sayesinde, uluslararası öğrencilerin coğrafi dağılımları, dil yetkinlikleri, eğitim geçmişleri gibi veriler grafiklerle takip edilebilir. Ayrıca, öğrenci kayıt süreçleri ve mezuniyet oranları görsel olarak izlenebilir. Böylece üniversite yönetimi öğrenci başarılarını ve eğilimlerini kolayca analiz edebilir.

**Raporlama:** CRM sistemi, kayıtlı verileri ihtiyaca göre farklı şekillerde raporlamamıza olanak tanır. Farklı filtreler, gruplamalar ve özel alanlar kullanarak kurumun ihtiyaç duyduğu analizleri kolayca oluşturulabilmektedir.

CRM'de raporlama sayesinde, verileri anlamlı hale getirerek karar alma süreçlerini destekleyebilmekte ve süreçler daha verimli yönetilebilmektedir.

**Okan.edu.tr'den Gelen Başvurular ve Değerlendirilmesi Süreci:** Bu modül, okan.edu.tr üzerinden alınan başvuruların toplanmasından, değerlendirilmesine kadar olan tüm süreci yönetir. Başvurular, otomatik olarak CRM sistemine entegrasyon sağlanarak kaydedilir. İlgili departmanlar, başvuruları inceleyip değerlendirdikten sonra, başvuru sahiplerine gerekli geri bildirimleri iletilir. Ayrıca, başvuru süreçleriyle ilgili otomatik e-posta bildirimleri ve başvuru takibi yapılabilir. Değerlendirme sonuçları ve başvuru statüleri yönetilirken; sistem, başvuruların etkin bir şekilde izlenmesini sağlar. Böylece sürecin dijitalleşmesi ve verimli yönetilmesi sağlanır.

## Sistemin Sağladığı Faydalar

- **Öğrenci Verilerinin Merkezi Yönetimi:** CRM sistemi, öğrencilere ait tüm verilerin merkezi bir platformda toplanmasını sağlar. Öğrencilerin başvuru, kayıt, mezuniyet durumu gibi bilgileri tek bir yerden izlenebilir. Bu, öğrenci odaklı hizmetlerin geliştirilmesine yardımcı olur.

- **Aday İlişkileri Yönetimi:** CRM, üniversitenin aday öğrencileriyle olan ilişkilerini yönetmesini sağlar. Başvuru süreci boyunca adaylarla sürekli iletişim kurularak onları bilgilendirir ve başvuru durumları hakkında geri bildirimde bulunur. Bu, üniversitenin adaylardan öğrencilere geçiş sürecini kolaylaştırır.

- **Verimli Yönetim ve Raporlama:** Üniversite yönetimi, CRM sistemi sayesinde öğrenci bilgilerini, başvuru süreçlerini ve etkinlik katılımlarını kolayca izler. Detaylı raporlar sayesinde kararlar daha verimli alınır, eğitim politikaları ve stratejiler belirlenir.



- **Zaman ve Kaynak Tasarrufu:** CRM, manuel iş yükünü azaltır ve süreçlerin otomatikleşmesini sağlar. Başvuru değerlendirme, öğrenci bilgilendirmeleri ve etkinlik yönetimi gibi işlemler daha hızlı ve verimli hale gelir. Bu hem çalışanlar hem de öğrenciler için zaman kazancı sağlar.

- **Kariyer Merkezi:** CRM sistemi, üniversitenin kariyer merkezi tarafından düzenlenen kariyer günleri, firma tanıtımları ve seminer gibi etkinliklerin planlanmasını ve takibini kolaylaştırır. Öğrencilerin bu etkinliklere katılımı izlenebilir ve katılımcı firmalarla yapılan iş birlikleri kayıt altına alınabilir. Böylece hem öğrenciler için kariyer fırsatları daha erişilebilir hale gelir hem de üniversite-firma ilişkileri sürdürülebilir şekilde yönetilir.

## CRM ve Büyük Veri Projesi

Üniversitemizin CRM sistemi, büyük veri projeleri kapsamında önemli bir yer tutmaktadır. CRM, çok çeşitli kaynaklardan gelen verileri toplar ve bu verileri analiz edebilmek için merkezi bir sistemde saklar.

Büyük veri (Big Data) projelerinde CRM'in rolü, öğrenci, mezun, akademik ve idari süreçlerden gelen büyük miktarda veriyi işlemek ve analiz etmektir. Bu sayede:

- Veri Madenciliği ile öğrenci durumlarını, başvuru trendlerini, mezun yerleşimlerini daha iyi anlayabiliriz.

- Analitik Araçlar kullanarak, eğitim süreçleri ve kariyer destek hizmetleri hakkında daha derinlemesine analizler yapabiliriz.

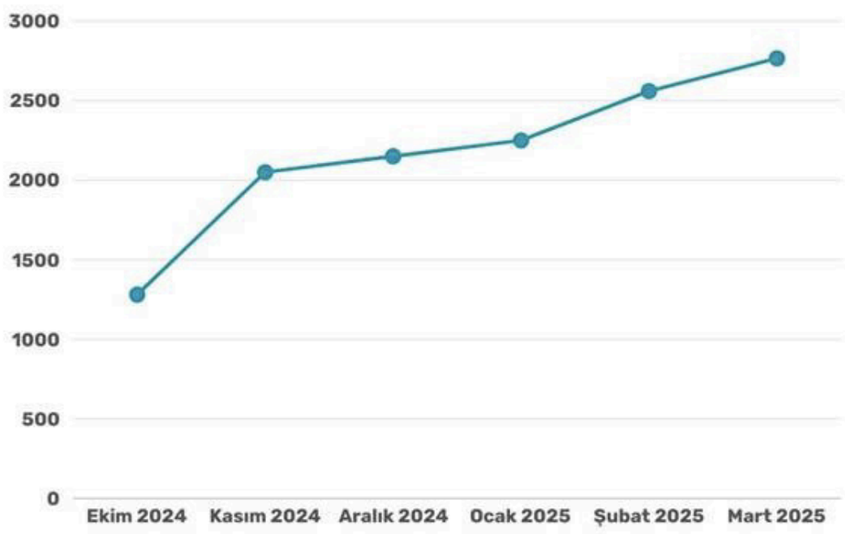
- Tahminsel Analizler sayesinde, gelecekteki öğrenci talepleri, mezun istihdam oranları gibi konularda tahminlerde bulunabiliriz.

CRM, yalnızca günlük işlemleri yönetmekle kalmaz, aynı zamanda büyük veri projelerinde karar alma süreçlerini destekleyen güçlü bir analitik araç haline gelir. Bu sayede, üniversitenin stratejik hedeflerine ulaşması için veri odaklı kararlar alınabilir.

Üniversitemizin tüm paydaşlarının, veri güvenliğini ve verimliliği sağlamak amacıyla ilgili verilerini CRM sisteminde tutması büyük önem taşımaktadır. Bu, verilerin doğru, güncel ve erişilebilir olmasını sağlamak adına üniversitemizin veri yönetim süreçlerinin etkinliğini artırır.

Kurum içindeki tüm birimler, süreçlerini daha verimli bir şekilde yönetebilmek için CRM sistemine veri girişi yapmalı ve bu verileri güncel tutmalıdır. Bu sayede hem daha hızlı kararlar alınabilir hem de süreçler arasında daha etkili bir iletişim sağlanabilir.

Sonuç olarak, CRM sistemine veri girişi ve güncellenmesi, sadece operasyonel bir zorunluluk değil, aynı zamanda üniversitemizin gelişimine katkı sağlayan kritik bir adımdır. Bu sistemi hep birlikte, doğru ve etkin şekilde kullanarak üniversitemizin hedeflerine ulaşmasına katkı sağlarız.




**Aylara Göre Kullanıcıların CRM'e Giriş Yapma Sayıları**



## AYIN KONUĞU

**Doç. Dr. Edin Güçlü Sözer**
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

**CRM'i nasıl tanımlarsınız ve günümüz kurumları için neden önemli hale geldi? Pazarlama, veri yönetimi ve müşteri ilişkileri açısından nasıl bir dönüşüm sağlıyor?**

CRM kelime anlamıyla "Müşteri İlişkileri Yönetimi" olarak ifade edilmekle beraber, semantik açıdan daha odaklı ve derin kapsamda ele alındığında, kurumların en önemli iki varlığından bir tanesi olan müşteri ve insan kaynağının sürdürülebilir olmasını sağlayacak sistemler ve uygulamalar bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Özellikle stratejik, operasyonel ve analitik katmanlarda CRM'in sistemsel ve bütünsel bir bakış açısı ile kurumların iş modeline entegre edilmesi ve kurumsal sürdürülebilirlik alanında katkı yapması beklenmektedir. Bu yönü ile CRM, iş modelinin üretmesi beklenen müşteri değerini maksimize eden ve kurumların rekabetçiliği açısından katma değer yaratan stratejik araçlardan bir tanesidir.

**Dijitalleşme ve büyük veri çağında CRM sistemlerinden beklentiler nasıl değişti?**

CRM, hem tanımı hem de buna bağlı uygulama alanları ve kapsamı açısından iş hayatımızdaki her olgu gibi kendi içerisinde evrimsel bir süreç geçirerek adaptif bir paradigma dinamiği gösteren yapıda hareket ediyor. Dijitalleşme ve büyük veri ile başlayan, yapay zekâ devrimi ile devam eden süreçte, günümüzdeki başarılı CRM sistemlerinin operasyonel ve analitik katmanlarında büyük veriyi kullanarak başarılı otomasyonlar oluşturması ve ihtiyaçları doğru tespit eden modellemeleri kullanarak müşteri deneyimini maksimize eden uygulamaları hayata geçirmesi beklenmektedir. Bu açıdan bakıldığında, dijitalleşme, büyük veri ve yapay zekâ devrimi CRM sistemlerine yönelik etkinlik beklentilerini en üst düzeye çekmiş ve kurumlar için stratejik önemini artırmıştır.

**Üniversitelerde CRM kullanımının stratejik avantajları nelerdir?**
**Aday öğrenciden mezuna kadar uzanan süreçte CRM'in en kritik kullanım alanları neler olabilir ve öğrenci yaşam döngüsünü daha verimli yönetmek için nasıl bir entegrasyon sağlanmalıdır?**

Üniversitelerin paydaş ilişkileri yönetimi açısından bakıldığında, en stratejik öneme sahip temel performans göstergesi öğrenci deneyimi olup aşamaları itibariyle öğrencinin aday aşamasından öğrencilik ve mezuniyet sonrasına kadar uzayan bir süreç ortaya çıkmaktadır. Aday ilişkileri yönetimi açısından operasyonel katmanda iletişim faaliyetlerinde kullanılabilecek otomasyonlar etkili ve süreklilik içeren iletişim imkânı sağlayabilmektedir. Bununla beraber, büyük veri ve yapay zekâ destekli analitik CRM uygulamalarının aday veri tabanında yer alan öğrenci adaylarına tercihlerinde yol gösterecek uygulamalar ve rehberlik hizmetleri sunması önemli bir katma değer yaratabilmektedir. Bu tip teknoloji destekli hizmetler üniversitelerin adaylar arasındaki inovatif imajını güçlendirebilecektir. Öğrencilik sürecinde, öğrencinin yaşam döngüsü içerisinde üniversite ile kontak noktalarının tamamını oluşturan sosyal, idari ve akademik izlerinin veriye taşınması ve bu verilerin konsolide bir şekilde analizi ile ortaya çıkacak öğrenci personalarına (mikro segmentlerine) yönelik programlar ve uygulamaların, öğrenci deneyimini güçlendirmesi hedeflenmelidir. Davranışsal verinin yanı sıra, özelikle ilk öğrencilik dönemlerinde yapılacak olan anket çalışmaları ile öğrencilerin profil oluşturma çalışmaları desteklenmelidir. Üniversiteler mezunlarının verilerini güncel tutarak ve mezun ağı ile kurumsal paydaşları bir araya getirecek uygulamaları kendi platformları üzerinden hayata geçirerek, mezunlara yönelik iletişim ve ilişkilerini canlı ve verimli tutabilirler.



**CRM ve büyük veri arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendiriyorsunuz?**
**Veri odaklı karar alma süreçlerinde CRM'in sağladığı iç görüler kurumsal stratejilere nasıl yön verebilir ve doğru veri analizi için en önemli yöntemler nelerdir?**

Kurumların müşteri etkileşimleri sonucunda elde etmiş oldukları verilerin, veri madenciliği uygulamaları ile anlamlandırılması ve tahmine dayalı modellemeler ile derin müşteri ihtiyaçlarının birer iç görü olarak belirlenmesi analitik CRM'in en önemli çıktılarından bir tanesidir. Bununla beraber, bu iç görülerin oluşması tek başına yeterli olmayıp iç görülerin sonuç ortaya çıkaracak uygulamalara (ürün, hizmet, program) dönüştürülmesi de önem arz etmektedir. Bunun yapılabilmesi doğru iç görülerin doğru müşteri segmentlerinde, gruplarında ve personalarında kullanılması oldukça büyük önem arz etmektedir. Doğru iç görülerin doğru müşteriye yönelik sunulacak ürün, hizmet veya programlarda kullanılması, toplam müşteri deneyimini güçlendirecek, bu da toplam müşteri değerinin artmasına neden olacaktır. Dolayısıyla, CRM sistemleri müşteri ihtiyaçlarının ortaya çıkarılmasından pazarlama stratejilerinin oluşturulmasına, başarılı stratejilerin bir sonucu olan müşteri memnuniyetine ve buradan da finansal olarak toplam müşteri değerinin artışına uzanan bir zincirleme etkiyi yaratabilmektedir.

**Gelecekte CRM sistemlerinin pazarlama ve eğitim yönetimi alanında nasıl evrileceğini öngörüyorsunuz? Büyük veri, otomasyon ve yapay zeka bu dönüşümde nasıl bir rol oynayacak ve üniversiteler bu değişime nasıl adapte olabilir?**

Önümüzdeki 5 yıl içerisinde analitik ve operasyonel CRM uygulamalarının öne çıkacağını, büyük veri ve yapay zekanın devrimsel gücü ile pazarlama alanında özelleştirme ve kişiselleştirme odaklı uygulamaların yaygınlaşmasına çok daha güçlü bir şekilde şahit olacağımıza inanıyorum. Bu kapsamda, özellikle kitlesel özelleştirme uygulama alanlarının birçok farklı ürün ve hizmeti kapsayacak şekilde yaygınlaşacağını düşünüyorum. Eğitim yönetimi alanında ise CRM sistemlerinin üniversitelerde daha yaygın ve etkin bir şekilde kullanılmaya başlanacağını, öğrenci deneyiminin güçlendirilmesini sağlayacak uygulamaların yaygınlık kazanacağına inanıyorum.

# EKİBİMİZLE TANIŞIN

Gözde Bayraktar

Ben Gözde Bayraktar, İstanbul Okan Üniversitesi Bilişim Sistemleri ve Teknolojileri bölümünden mezunum ve şu anda üniversitemde CRM süreçleri üzerine uzman olarak çalışıyorum. Microsoft Dynamics CRM üzerinde dijital iş akışları oluşturmak, süreçleri iyileştirmek ve entegrasyonlar yapma görevleriyle ilgileniyorum.

Bilişim Sistemleri ve Teknolojileri eğitimi alarak, dijital çözümler geliştirme, veri analizi ve sistem entegrasyonu konularında derinlemesine bilgi kazandım. Bu eğitimim, iş birimlerinin ihtiyaçlarına yönelik daha verimli ve etkili çözümler sunmama katkı sağladı. Sürekli olarak yenilikçi yaklaşımlar benimseyerek, CRM sisteminin iş süreçlerine entegre edilmesini sağlıyorum. Bu süreçte, daha etkin bir kullanıcı deneyimi sağlamak adına yenilikçi çözümler arayarak ilerlemeyi hedefliyorum.

Şevval Törün

Ben Şevval Törün, İstanbul Gedik Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği bölümünden mezunum.

Lisans eğitimim hayatıma ve kariyerime; planlama, organizasyon, sorumluluk bilinci, analitik düşünme, etkin iletişim, problem çözebilme ve ekip çalışması gibi birçok yetkinlik kazandırdı. Edindiğim bu nitelikler sonucunda İstanbul Okan Üniversitesi Bilgi İşlem Müdürlüğü'nde Web Uzmanı olarak çalışmaya başladım. Şu anda ise ihtiyaç ve uygun nitelikler doğrultusunda Öğrenme Uygulama ve Araştırma Müdürlüğü'nde CRM Uzmanı olarak çalışmaktayım.

Bu görevim kapsamında Microsoft Dynamics CRM sistemi üzerinde kullanıcı ihtiyaçlarını analiz ederek dijital iş akışları geliştiriyor, süreç iyileştirmeleri yapıyor ve sistem entegrasyonları ile kurum içi verimliliği artırmayı hedefliyorum. Aynı zamanda iş birimleriyle yakın iş birliği içinde çalışarak, onların ihtiyaçlarına yönelik özelleştirilmiş çözümler üretiyorum. Teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek sistem üzerinde kullanıcı deneyimini artırmaya yönelik yenilikçi yaklaşımlar benimsiyorum.