

YENİLİKÇİ SATIŞ

Gürcan Banger
27-28 Kasım 2007

Satı(ş)cılık Nedir?

- Biraz güler yüzlü, konuşkan ve sempatik insanların yapmaya çalıştıkları 'satma işi' satıcılık sanılıyor.
- Gerçek satı(ş)cılık; bilgiye, yaratıcılığa ve empatik iletişim becerisine dayanan bir yaşam mesleğidir.



Ürün ↔ Müşteri

- **Satı(ş)cılık; satmaya çalıştığımız her ne ise, onun özelliklerini karşınızdaki kişinin 'gerçek ve yaşamsal' yararlarına dönüştürebilmek ve bu yararları en uygun biçimde dillendirebilme becerisidir.**
- **Bu nedenle; satı(ş)cılığın yenilikçilik (inovasyon) ile çok yakından ilgisi var.**



Satı(ş)cılık

- **Hangi işi yaparsanız yapın; satıcılık, yaşamınızın kaçınılmaz bir parçasıdır.**
- Ama profesyonel satı(ş)cılık, günlük yaşamın sıradanlığı dışında profesyonel bir beceriler toplamıdır.



Satıcının Başarısı

- Bir satıcının başarısı üç ana faktöre bağlıdır:
 1. Motivasyon, ilgi ve istek durumu,
 2. Bilgi birikimi ve bilgili olma durumu,
 3. Beceri zenginliği ve becerili olma durumu.



Motivasyon, ilgi ve istek

KÖTÜ SATICI:

1. Mutsuzdur.
2. Sürekli bahaneler üretir.
3. Problem yaşar ve çözmeye çalışmaz.
4. Her şeyden kolayca etkilenir.
5. Boyun eğme ile kaba güç kullanma arasında gider gelir.
6. Sürekli şanstın ve şansızlıktan söz eder.
7. Suçlama eğilimindedir.



Motivasyon, ilgi ve istek

8. Hobileri ve özel uğraşları yoktur.
9. Bağımlıdır; takım çalışması yetenekleri kısıtlıdır.
10. Okumaya, dinlemeye, öğrenmeye zaman ayırmaz.
11. Bilmeden fikir öner sürer.
12. Çalışma gücü düşüktür.
13. Yaşama sevinci azdır.
14. Daima zamansızlıktan şikayet eder.



Motivasyon, ilgi ve istek

15. Yaşama tepkiler vermeye çalışır.
16. Kolay vazgeçer.
17. Çabuk pes eder.
18. Yaşam şartlarını, başarı ve başarısızlığı doğru kavrayamaz.



Motivasyon, ilgi ve istek

- İyi bir satıcı olmak, önce nitelikli bir birey olmayı zorunlu kılar.
- Eğer satıcılığı; “bir çorba parası kazanmak” veya “geçinecek kadar para kazanmak” mantığı ile yapma niyetindeyseniz, daha baştan kaybediyorsunuz demektir.
- Unutmayın ki; **kilometrelerce uzunluğundaki bir yol, doğru bir adımla başlar.**



Motivasyon, ilgi ve istek

İYİ SATICI:

1. Mutludur ve mutlu olma çabasıdadır.
2. Bahane aramaz.
3. Problem çözmeye yönelimlidir.
4. Kolay etkilenmez. Etkileyicidir.
5. Profesyonel ve dengeli bir davranış modeline sahiptir.
6. Kendine güvenir. Şansın da, şanssızlığın da kendi davranış ve seçimlerine bağlı olduğunu bilir.



Motivasyon, ilgi ve istek

7. Olumsuzluk durumunda “Benim bu işte hatam nedir?” diyebilir.
8. İlgi alanları ve hobileri vardır.
9. Okur, araştırır, sorar, dinler, öğrenmeye çalışır.
10. Bağımsız birey olma niteliğine sahiptir.
11. Takım ve toplum bilinci gelişmiştir.
12. Çalışma gücü yüksektir.
13. Yüksek yaşama sevincine sahiptir.



Motivasyon, ilgi ve istek

14. Zamanı iyi kullanır.
15. Yaşama tepki yerine cevap verir.
16. Kolay vazgeçmez. Yılmadan dener.
17. Yaşamdan, başarıdan ve başarısızlıktan ders çıkarır.



Bilgi ve bilgili olma

- Bilgi, bir konunun anlaşılmasını veya bir konuda önce **fikir** oluşturulup sonra da **tutum** geliştirilmesini sağlayan girdilerdir.
- **Satıcılık, iletişimdir.**
- Doğru iletişim için kanalın doğru oluşması ve içinden doğru bilginin akması gerekir.



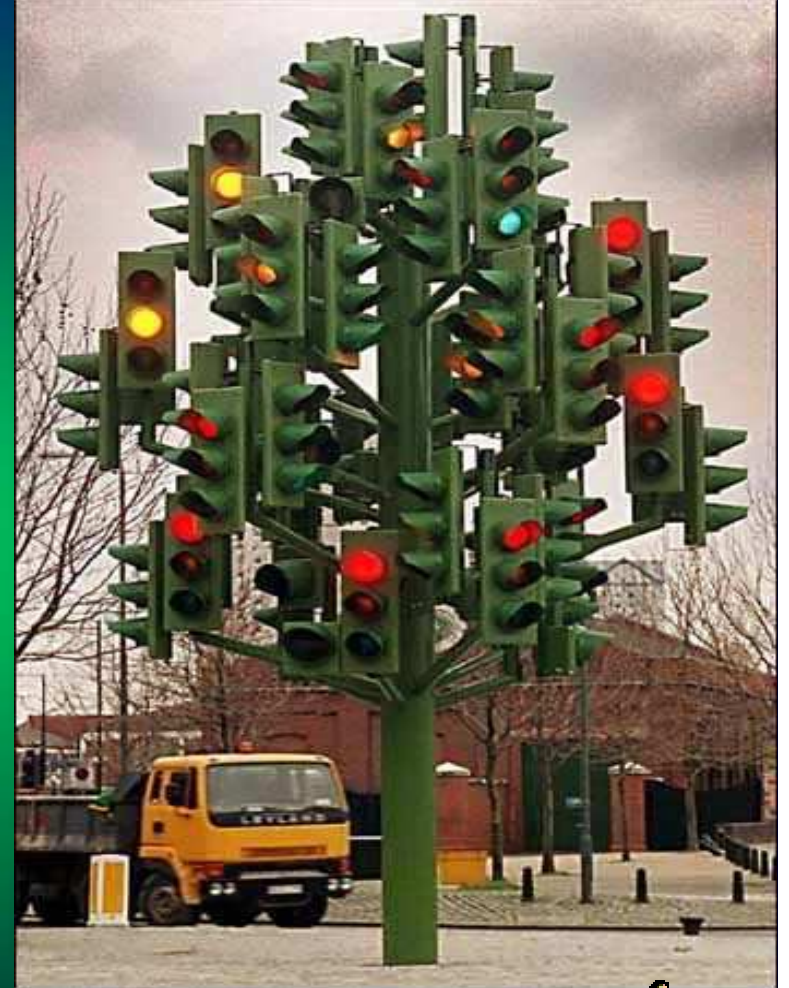
Bilgi ve bilgili olma

- İyi satıcı; başta kendi iş alanı olmak üzere bilginin kaynaklarına erişmeye özen gösterir.
- İyi satıcı; sorar, iyi dinler, okur ve ilgi alanlarıyla ilgili eğitimlere katılır.
- İyi satıcılar; daha fazla bilgiye koşan, öğrenen ve öğrendikçe kendini yenileyip motive olan kişilerdir.



Becerilerimiz ve becerili olma

- Ama önemli bir nokta var.
- Her türlü bilgiyi görünür ve kullanılabilir kılan, **becerilerimizdir.**



Becerilerimiz ve becerili olma

- Beceri, kişinin yatkınlık ve öğrenime bağlı olarak bir işi başarma ve bir işlemi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneğidir.
- **Bedensel ve zihinsel** olmak üzere iki türlü beceriden söz edebiliriz.
- Becerilerimiz beş duyumuzu kullanma biçimimiz, hareketlerimiz ve konuşmalarımızla ortaya çıkar.



Becerilerimiz ve becerili olma

- Beceriler, bizleri farklı kılan özelliklerimizi oluşturur.
- Nerede olursak olalım; becerilerimiz bizlerin sorun çözmelerini ve yaşam ile daha kolay baş etmemizi sağlar.
- Beceri; çeşitli bilgilerin ve doğru olan hareket tarzlarının, yılmaz bir gayret ile yaşama dökülmesi ve pratik hale dönüşmesidir.



Satış becerileri

- **Satış becerileri;**
 - büyük ölçüde insan ilişkilerine dayanan ve iletişim becerisi biçiminde genellenebilen,
 - daha net ifade etmek gerekirse, empati kurma ve sürdürülebilirlik becerisi biçiminde özetlenebilen becerileri kapsar.



Satış becerileri

- Satış becerileri kapsamında;
 - duyarlılık,
 - kendinin farkında olma,
 - anlayış ve sabır,
 - iyi ve aktif dinleme yapabilme,
 - kısa, öz ve ilgi çekici ifade edebilme

gibi beceriler kazanılıp geliştirilebilir.



Engeller

- Satış becerilerini kazanıp geliştirmede ilk engel, **huyumuz** ve **alışkanlıklarımızdır**.
- Bir başka engel ise **korkularımız** ve **endişelerimizdir**.
- Bir diğer engel ise **yetersiz, eksik** ve **yanlış** **bilgidir**.



İyi satıcı olmanın formülü?

$$\text{İyi satıcı} = \left(\frac{x^2 + y^3 - z^4 \sin 2x^{1/2} - \log 5z}{((x-1)(e^x y + 3z^3) + x^{1/2} z^{3/2})^2} \right)^2$$

Olabilir mi ?



Satıcı olmanın yolu?

- İyi satıcı olmanın 3 veya 5 adımı ya da 11 sihirli formülü yoktur.
- Tek kural; bilgi ve beceri düzeyini geliştirip satış başarısının önündeki engellerin aşılmasıdır.
- Buna satıcının bir birey olarak kendini her yönden geliştirmesi diyebiliriz.



Satıcılık nedir?

- Satı(ş)cılık, bir hizmet türüdür.
- Bu nedenle tüm mal ve hizmetlerde olduğu gibi, satıcılık da bir 'kalite' konusudur.
- Satıcılık hizmetinin kalitesini belirleyen faktörlerin farkında olmak zorundayız.
- Satıcılık, kaliteli hizmet olmak zorundadır.



Hizmet Kalitesi

- Satıcılıkta hizmet kalitesi, bir yönüyle kişiye bağlıdır.
- Kişinin iyi hizmet vermesi, kuruma kazandırır ve onu yüceltir.
- Kötü satıcılık hizmeti veren bir kişi, önce kurumuna, daha sonra kendisine zarar verir.



Hizmetin deęeri

- Verilen hizmetin “**Kalite-Maliyet Dengesi**”, rasyonel ve rakipleriyle rekabet edebilir olmalıdır.
- Ancak bu dengede müşterinin istek, beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayan ekstralar, farklılık yaratır.
- Kalite-Maliyet Dengesi'nde farklılık yaratmanın sırrı **yenilikçilikte (inovasyonda)** gizlidir.



Hizmetin deęeri

- İnovasyonla farklılık yaratarak hizmet kalitesini artırmanın kazandıran olumlu yanı, bu farkın bedelini müşterinin de ödemeye razı olma ihtimalinin yüksekliğidir.
- Bu nedenle inovasyon, kazandıran yenilikçilik olarak isimlendirilir.



Hizmetin deęeri

- Saticılık hizmeti, sıradan bir rekabet unsuru değildir.
- Saticılık hizmeti, rekabetin kendisini oluşturan unsurdur.



Satıcılık kalitesi ölçütleri

- Satıcılık hizmetinin kalitesi, müşteri gözüyle 10 kalemde değerlendirilir:
 1. Güvenilirlik,
 2. Yetkinlik,
 3. İletişim,
 4. Müşteriyi anlamak,
 5. Görünüş,
 6. İnanırcılık,
 7. Erişilebilirlik,
 8. Nezaket,
 9. Hevesli olmak,
 10. Güvenlik.



1. Güvenilirlik

- **Güvenilirlik, müşterilerin yargıya varırken ve kaliteyi değerlendirirken en fazla dikkate aldıkları ölçüttür.**
- **Vaat edilen (hatta bazen müşteri tarafından vaat edildiği varsayılan) şey(ler), zamanında ve tam olarak yerine getirilmezse; müşteri, bunu kalitesizlik olarak algılar.**



2. Yetkinlik

- Saticılık hizmetinde yetkinlik; gerekli olgunluğa, bilgi birikimine ve beceri düzeyine erişmek anlamına gelir.
- Müşteri, hizmet kalitesi hakkında yargıya varırken, satıcının yapabilirliğini, bilgi birikimini ve becerilerini değerlendirir.



3. İletişim

- Satıcılık hizmeti kalitesinin en önemli unsurlarından bir tanesi **iletişim**dir.
- Bu çerçevede şu noktaları önemsemek gerekir:
 1. Müşteriyi iyi dinlemek ('aktif dinleme),
 2. Müşteriye yerli yerinde ve onu rahatsız etmeyen sorular sormak,



3. İletişim

3. Bir şikayeti veya itirazı, profesyonelce dinleyip ele alıp çözmek, sonuçlandırmak,
4. Bir konuda ikna edebilmek (doğru fayda sunumu yapmak),
5. Olumsuz ve hatalı davranışlar varsa; bunları, empatik bir ifade ile müşteriyi kırmadan iletme.



4. Müşteriyi anlamak

- Çağdaş satıcılığın ana kalite unsuru, müşterinin ihtiyaç, istek ve beklentilerini anlamaktır.
- Müşteriyi iyi anlamak, müşterinin özel ihtiyaçlarına ve onun amaçlarına uygun 'özel' hizmeti geliştirebilmek gerekir.
- “Müşterinizi anlamamanın en iyi yolu, müşteri olmak ve gerçekten onun gibi hissetmektir.”



5. Görünüş

- Saticılık hizmeti verilen yerin (mağazanın, bankonun, kasanın) ve bu hizmeti verenin öncelikle temizliği ve sonra tertip düzeni, uyumu önemlidir.
 1. Temiz, lekesiz, düzgün ve ütülü bir giysi,
 2. Verilen hizmete uygun bir görünüş ve giysi,



5. Görünüş

3. Temiz yerler ve duvarlar,
4. Yırtıksız ve boyası / badanası yerinde duvarlar ve perdeler,
5. Tertipli ve dağınık olmayan masa / banko,
6. Kullanılan çağdaş alet / edevat,
7. Temiz dağıtım araçları (eğer kullanılıyorsa satıcı otomobilleri),



5. Görünüş

8. Kırık olmayan, kertiksiz tabak, çanak ve bardaklar,
9. Cilâlı ve bakımlı mobilyalar,
10. Çalışan ve performans gösteren tesisat ve makineler.



6. İnanđırıcılık

- Bir hizmet kalitesi unusuru olarak; müşteriden gelebilecek sorulara ve özel sorunlara 'çok doğru' cevaplar verilmesi ve 'doğru' çözümler bulunması gerekir.
- İnanđırıcılık, öncelikle satıcılık hizmeti sunanın yetkinliği ile ilgilidir.



6. İnanırcılık

- Doğru cevaplar verebilecek ve inandırıcılığı yüksek satıcının,
 - ürün ve hizmet gamına hakim,
 - üretim prosesini yeterince bilen,
 - okuyan,
 - işini seven,
 - ürünlerini kullanmayı ve uygulamayı bilen,
 - Dünya hakkında bilgisi olanbir profesyonel olması gerekir.



7. Erişilebilirlik

- Saticının, müşteriye yakın olması; müşteri gözünde hizmet kalitesini artıran unsurlar arasında yer alır.
- Erişilebilirlik sorunları; müşteri gözünde saticının, mağazanın ve markanın kalitesiz olarak algılanmasına neden olur.



8. Nezaket

- Yaşamda herkes bir insan olarak hak ettiği ilgi ve özeni görmek ister.
- Kaba davranış ve yaklaşımlar, müşterilerin satıcı, mağaza ve marka ile ilgili olarak aklında kalıcı olarak yer eden ve hızla çevreye taşınan olaylardır.



9. Hevesli olmak

- Müşteri, satıcının iş heyecanını ve işe olan ilgisini hisseder.
- Hevessiz ve adeta zorlanarak yapılan bir iş, müşteri ile olan iletişimin daha baştan kopmasına neden olur.
- Satıcının heves ve isteği, müşterinin kendini daha itibarlı hissetmesine neden olur.



10. Güvenlik

- Yaşamda tüm ilişkilerimizde en çok dikkat ettiğimiz konulardan birisi güvenlidir.
- Müşteriler de kendilerini güvende hissetmek isterler.
- Güvenlik; fiziksel, psikolojik ve zihinsel olarak düşünülmesi gereken bir hizmet kalitesi kriteridir.



10. Güvenlik

- Örneğin; müşteriler satış sırasında açıklayabilecekleri sırlarının saklı tutulmasını beklerler.
- Bir müşterinin özel konuları, başka müşteriler ile paylaşılmamalıdır.
- Satıcıların müşteriler hakkında 'dedikodu' yapmaları, hizmet kalitesini olumsuz etkileyen unsurlardan birisidir.



Bitirirken

- Yenilikçi satıcılığın kuralı şudur:
- Satıcı, her yaptığı eylem konusunda şu soruları kendisine sormalıdır:
 - “Bunu neden yapıyorum?”
 - “Bunu daha iyi yapabilir miyim?”
 - “Ben müşteri olsam ve bana böyle davranılsa, ne düşünür ve nasıl davranırım?”



Bitirirken

- “Müşteriye yaklaşımım, bir farklılık yaratıyor mu?”
- “Saticılık hizmetini daha kaliteli sağlamanın yeni yol ve yordamlarını bulabilir miyim?”
- “Sağladığım hizmet; beni farklı, değerli ve önemli kılıyor mu?”



NEV Danışmanlık

**Nazik ilgi ve
sabrınız için
teşekkür ederiz.**

NEV Danışmanlık