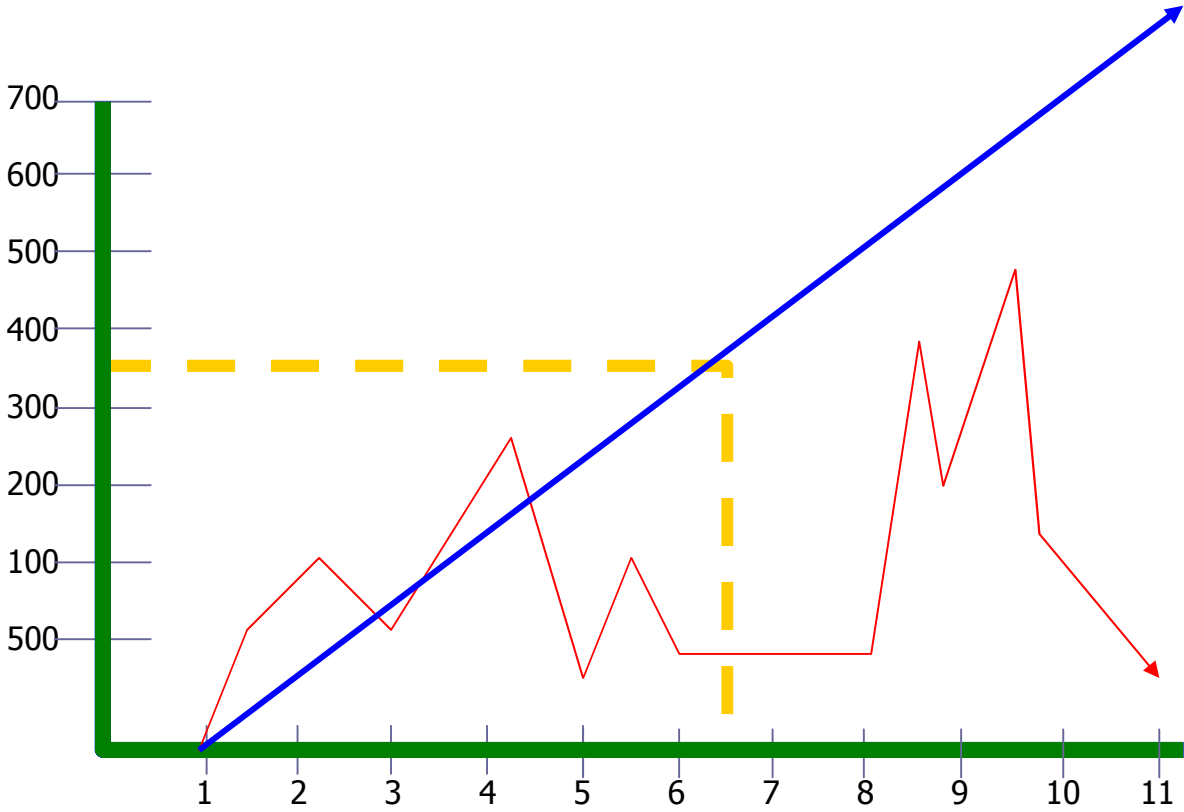


SATIŞLARINIZI ARTTIRIN !

FIRAT ÇAPKIN – satış ve yönetim uzmanı



- ➡ Şirketinizi ve ürün/hizmetlerini tanıtmak için neler yapıyorsunuz ?
Bu aktiviteye bütçenizin % kaçını ayırıyorsunuz ?
- ➡ Satışa sunduğunuz ürün veya hizmeti satın alacak olan hedef müşterilerinizi belirlediniz mi ?
- ➡ Pazarın, piyasanın ihtiyaçlarını ne kadar iyi gözlemliyorsunuz ?
- ➡ Şirket olarak ne kadar satış ve müşteri odaklı olduğunuzu nasıl ölçüyorsunuz ?
- ➡ Müşterinize sizi temsil etmek, ürün veya hizmetlerini sunmak üzere gönderdiğiniz satış uzmanınızı neye göre seçtiniz ?
- ➡ Satış kadronuzu nasıl yönetiyorsunuz ?

gibi birkaç soruyla başlayalım.

Satış nedir ? Satış, ihtiyaçların karşılanmasıdır. Müşteriler ihtiyaçlarını, sizden veya başka bir işletmeden, bir şekilde karşılıyorlar. İşte bu anda müşterinizin aklına gelmek için neler yapıyorsunuz ? Akılda kalmak ama iyi bir izlenimle akılda kalmak, müşterilerinizin satın alma anında sizi seçmelerine neden olabilir. O neden, seçme hakkı çok olan müşterinizi kendinize çekmenin yollarını aramak gerekir.

Pazarlama yaptığınızda satışlarınızın arttığını göreceksiniz. Yıllarca eğitim sektöründe satıcı olarak çalıştım. Sadece satmaya çalışmanın yetmediğini yaşayarak öğrendim. Önceleri sadece satış görüşmeleri yaparken, sonrasında duyurular göndermenin, bazı konferanslara sponsor olmanın, hedeflediğim müşteri kitlesinin toplu olarak yer aldığı aktivitelerde bulunmanın, marka ve şirket olarak tanınırlığımı arttırdığını, çok uzun zamandır ulaşmak isteyip de ulaşamadığım kişilere bu tip ortamlarda çok rahat ulaştığımı gördüm. İlk irtibatı sağladıktan sonra devamını getirmek de sistematik olarak yapılması gereken bir iştir. Çok uzun bir zaman sonra da müşterinizin kapısını çalabilir veya kendi işletmenize davet edebilirsiniz. Kişisel tavsiyem ikinci görüşmeyi yapmak için görüşme tarihini çok fazla uzatmadan yapmak daha etkili oluyor.

Pazarlama faaliyetlerini düzenli olarak yaptığınızda müşterinizin aklında sizi hatırlayacak bir takım ipuçları kalır ve bunların tümü, müşteriniz ihtiyaçlarını karşıladığı anda, satın alma işlemini sizden yapması ile sonuçlanabilir.

*“Pazarlamanın amacı,
satışın, gereksiz hâle gelmesidir.”
Peter Drucker, 1973*

**PAZARLAMA ÇALIŞMALARINIZA AĞIRLIK
VERİN!**

Satışlarınızı arttırmanın etkili yollarından biri etkin müşteri görüşmeleri yapmaktır. Müşterinize gittiğinizde veya müşteriniz size geldiğinde özen gösterilmesi gerekli noktalara kısaca bir göz atalım ;

Müşterinize gittiğinizde ;



- ◆ Saç, sakal traşı, makyaj, parfüm, el temizliği ve genel temizlik,
- ◆ Evraklarınızın bulunduğu çanta,
- ◆ Kartvizitleriniz, kaleminiz ve not defteriniz,
- ◆ Giyiminiz ve giyim tarzınız,
- ◆ Zamanında görüşme yerinde olmanız,
- ◆ Satışa sunduğunuz ürün veya hizmetleriniz ile ilgili bilginiz,
- ◆ Entelektüel bilginiz,
- ◆ Düzgün Türkçe konuşabilmeniz ve diksiyonunuz,
- ◆ Ortam kontrolünüz,
- ◆ İlgii çekebilmeniz v.b. kriterler sizin görüşmedeki başarı kriterleri arasındadır ve her biri ayrı ayrı önem taşır.

Gittiğiniz müşteriniz ile ilgili bilgi sahibi olmak, görüşeceğiniz kişi hakkında bilgi sahibi olmak, hep sizin işinizi rahatlatır ve kolaylaştırır.

Müşteriniz size geldiğinde;



- ◆ İşletmenizin genel tertip ve düzeni,
- ◆ Yemek kokmayan bir işletme,
- ◆ Mümkünse görüşmenin toplantı odasında gerçekleştirilmesi,
- ◆ Müşterinize en yapılacak olan içecek ikramlarının en çik bardak ve fincanlarda yapılması,
- ◆ İşletmenizi gezdirmeniz gerektiğinde, her bölüm ile ilgili, müşterinizi sıkmadan çok kısa bilgiler verebilmeli,
- ◆ Görüşmeyi yaptığınız anda not alabilmek için defter ve kaleminiz, ayrıca kartvizitinizin hazır olması,
- ◆ Saç, sakal traşı, makyaj, parfüm, el temizliği ve genel temizlik,
- ◆ Giyim tarzınız gibi kriterler yine görüşme anında ki başarı kriterlerinden bir bölümünü oluşturur.

Herhangi bir müşteri görüşmesini gerçekleştirirken, iletişim engellerinden mutlaka kurtulmak gerekir. Görüşmelerinizin etkin ve verimli geçmesini istiyorsanız görüşmeyi yapacağınız müşteri için mutlaka hazırlık yapın.

Yukarıda anlattıklarım, satışlarınızın artmasına genel bir altyapı oluşturur. Bu konular tamamen işletmelere özel olarak geliştirilmeli ve patron dahil, tüm çalışanlarca özümsemelidir.

Önümüzdeki yıllarda bütün sektörler daha da hareketlenecek ve Türkiye'ye her geçen gün daha fazla yabancı yatırımcı yerleşecek. Bu durumda ayakta kalabilmek için satış gücünü, satış yönetimini çok daha etkili ve verimli kullanmak zorunda kalacağız. Rekabet şartları şuanda bizleri ne kadar zorluyorsa, önümüzdeki yıllarda daha da fazla zorlayacak. Bu nedenle şuanda, pazarda sahip olduğunuz konumu daha da güçlendirerek, değişimi ve gelişimi sürekli hale getirin.

Bir sonraki yazımda rekabetten bahsedeceğim. Şimdiye kadar hep kendi sektörünüzde yapılan çalışmalarını takip ettiniz ve diğer bir açıdan bakıldığında diğer sektörlerle ilgili genel bilginiz sizi bile tatmin edemez hale geldi. İşte bir sonraki yazımda size hem dünyada hem de Türkiye'de rekabet şartları ve bazı büyük ölçekli şirketlerin satışlarını tetiklemek için yaptıklarını anlatacağım.

Görüşmek üzere,

FIRAT ÇAPKIN
firatcapkin@gmail.com