

İMAJ KAVRAMI



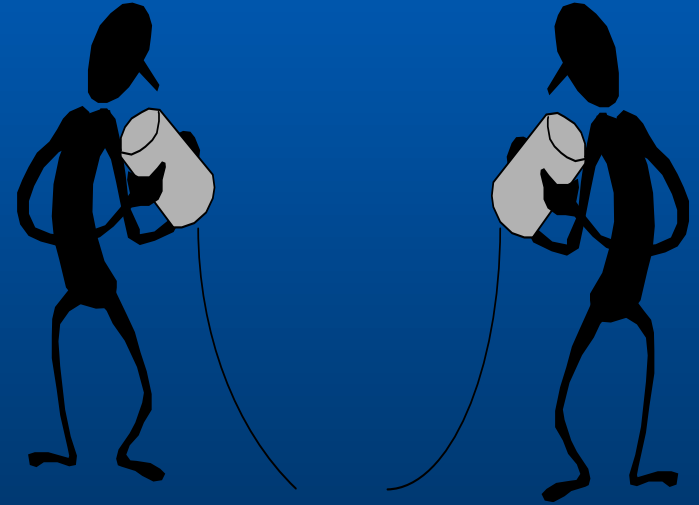
Türker GÖKSEL



İMAJ



- **Önemli olan sadece nasıl görünmeye çalıştığımız değildir.**
- **Diğer insanların nasıl gördüğü de önemlidir.**
- **İki yönlü bakış söz konusudur**



İmaj oluřtururken



- Farklı
- Olumlu
- Hedef pazar tarafından anlaşılabilen
- Dışarıya açık
- Geleceęi düşünerek
- Sosyal sorumluluk sahibi



Ortakların imajdan beklentileri



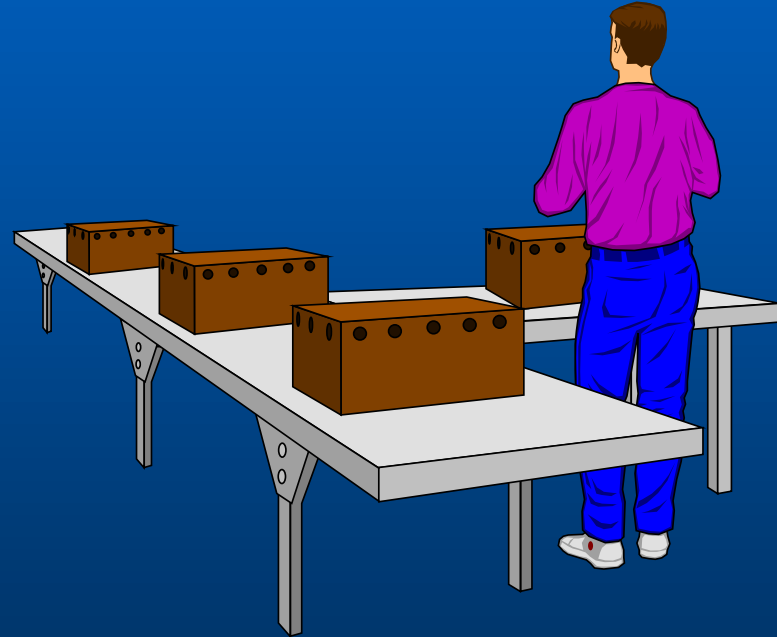
- Kar beklentisi
- Güvenilir
- Desteklenebilir
- Güçlü
- Farklı



Çalışanların imajdan beklentileri



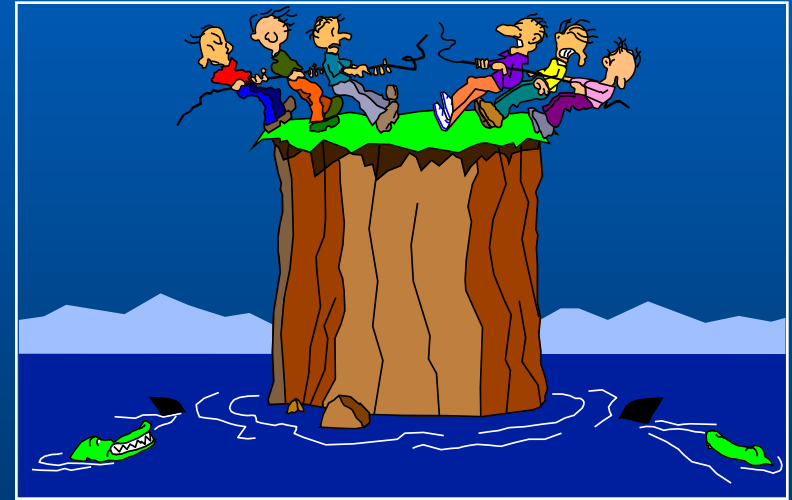
- İş güvencesi
- Kariyer gelişimi
- Çalışma huzuru
- Motivasyon
- Kendini geliştirme
- İş tatmini



Rakiplerin imajdan beklentileri



- Beceriksiz
- Zayıf
- Taklitçi
- Çabuk hata yapan
- Olumsuzluk içeren



Müşterilerin imajdan beklentileri



- Marka imajı
- Mal ve hizmetlerde kalite
- Zaman kazanma
- Huzurlu alışveriş ortamı
- Güler yüz
- Güvenilirlik



İmaj oluřtururken



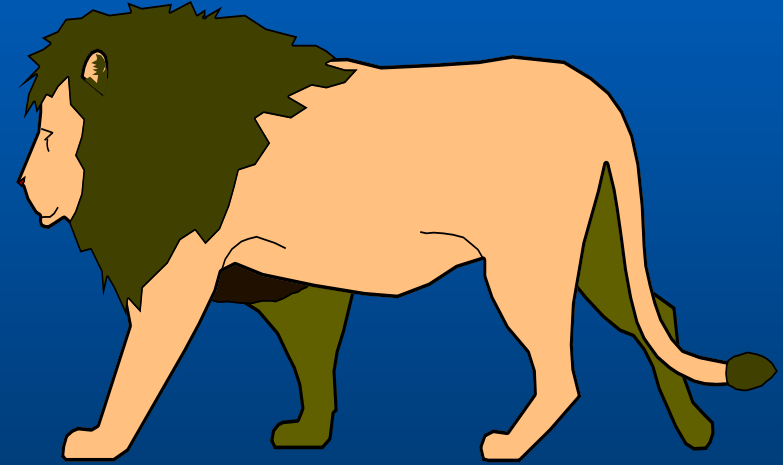
- Esnek davranabilme
- Farklılıkları hissedebilme
- Müşteri tatmini sayesinde taraftar müşteri kazanmak



Farklı ve Güçlü Bir İmaj İçin



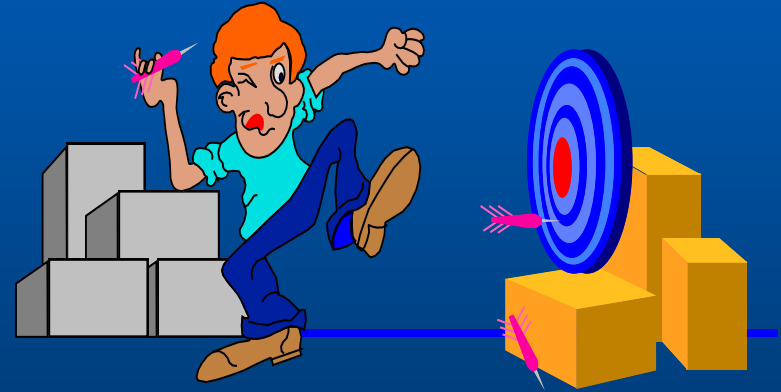
- Sezgileri kullanabilme,
- İşin gerektirdiği değişimi yakalayabilme ve
- Yarışı sürdürebilme



İmaj



- İşletmenin amacı
- Misyonu
- Yöneticilerinin vizyonu ile ilgilidir



İmaj oluřtururken



- İş düşüncesi; pazara sağlanması gereken memnuniyet
- Şirkete özgü özellik; üstün olunan noktaların belirlenmesi ve vurgulanması
- Öncelikler; temennileri etkin işleme anlayışları harekete dönüştürür



Bugün



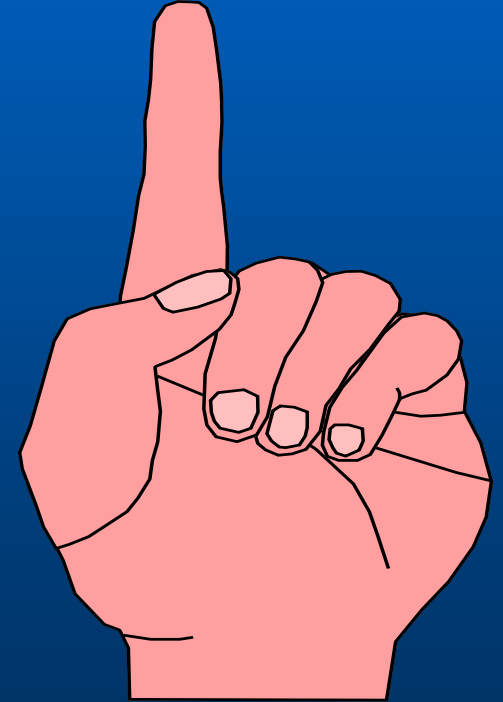
- Müşteri ve pazar hakkında gerçeği en iyi bilen müşteridir. Ona sormak gerekir.
- Müşteri ürün için para ödemez, o ödediği para karşılığında memnun kalmalıdır.
- Mal veya hizmetler, rakipleriyle ilgili hem çok hem az şeyler gizlerler.



Bugün



- Müşteri oldukça akla uygun davranır. Ancak üreticinin değil, kendi aklına.
- Müşteri, üreticinin problemleriyle ilgilenmez. Onun sorduğu tek soru: “bu ürünün bana faydası ne?” sorusudur.
- Hiçbir tek ürün ya da şirket, Pazar için çok önemli değildir.
- Müşteri “ödeyen” değil, “satın alma” kararını veren kişidir.



Beklenmeyeni Görebilmek İçin Sorulacak Sorular

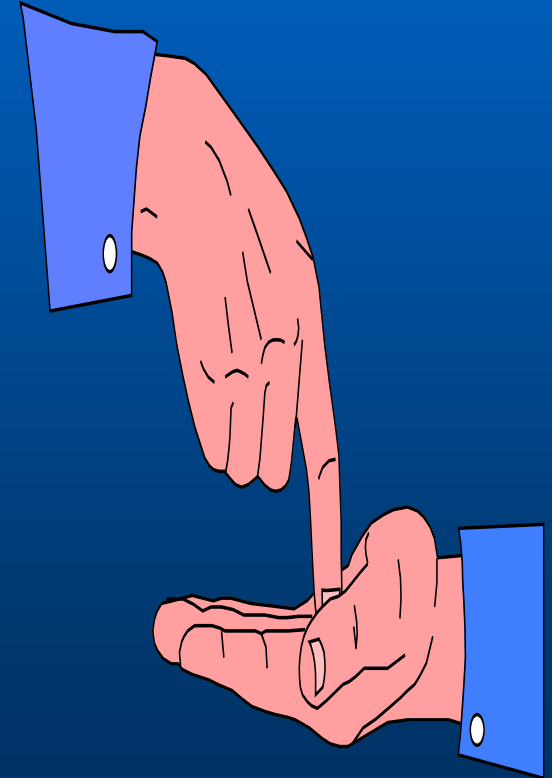


- Pazarda olduğu halde müşterimiz olmayan kim ve neden müşterimiz olmuyor?
- Müşteri neyi birlikte satın alır? Parası ve zamanıyla ne yapar?



Beklenmeyeni Görebilmek İçin Sorulacak Sorular

- Müşteriler ve müşteri olmayanlar diğerlerinden ne satın alıyorlar? Aldıkları şeyler onlara hangi değerleri sağlıyor? Onlara hangi memnuniyetleri veriyor? Bizim sunduklarımızdan farkı ne?
- Ürün ya da hizmetlerimiz için hangileri gerçek öneme sahip memnuniyet alanlarını tamamen doldurdu.



Müşteriyle Karşı Karşıya Geliyorsanız



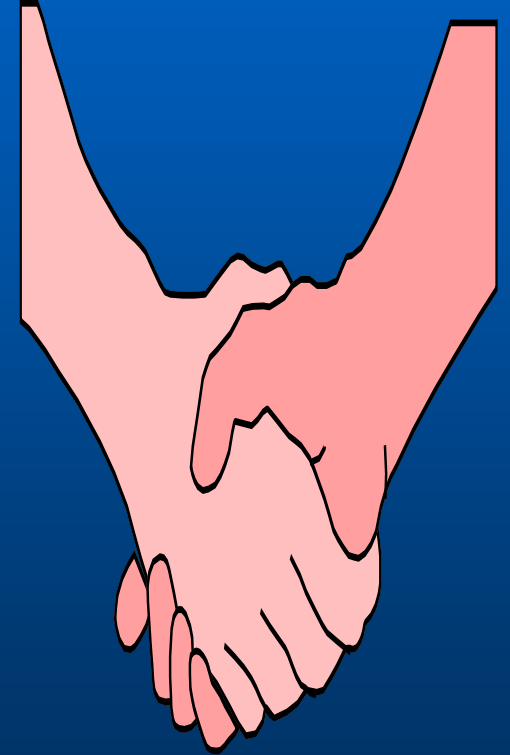
- Güler yüzlü olun gülümsemesini bilin!
- İyi bir dinleyici olun!
- Doğru soru sormayı bilin!
- Yaratıcı olun!
- Kendinizi müşterinizin yerine koyun!
- Dikkatli ve takipçi olun!
- El becerilerinizi ve estetik duygunuzu geliştirin!
- Tertipli ve titiz olun!
- Düzgün bir konuşmaya sahip olun!
- Beden dilinizi doğru kullanın!
- Takım çalışmasında uyumlu olun!
- Dış görünüşünüze dikkat edin



Müşterinizde Olumlu Bir İlk İzlenim Bırakın



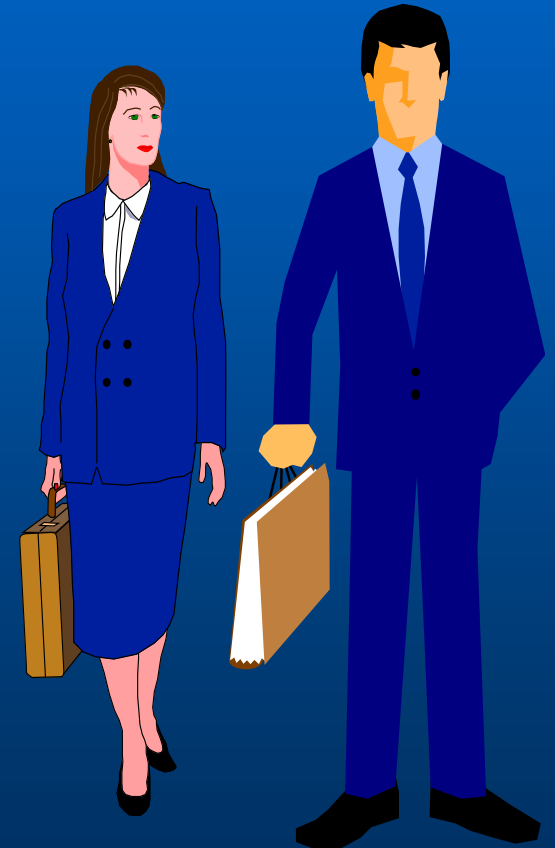
- İş yerinizin tüm fiziksel özellikleri kusursuz olsun.
- Müşteriniz size geldiğinde dinamik bir ortamla karşılaşsın.
- Müşterinizi aktif karşılama ile karşılayın.
 1. Rahatlatın
 2. Diyalog başlatın
 3. İnisiyatifi ele alın.
- Basmakalıp davranmayın. Her insan özeldir.
- 10 kişiden 7'si bir işletme ile ilk kez ilişki kurduğunda karşılaştığı davranış tarzına göre ilişkiyi kesmektedir.



Olumlu Bir İlk İzlenim Bırakmak İçin



- Giyiminiz düzgün olsun
- Giysiniz ve vücudunuz temiz olmalı
- Tavır ve davranışlarınız güven vermeli
- Müşterinin zamanını aldığınız için özür dilemeyin
- Neşeli olun
- Müşterinizin adını doğru öğrenin
- Palto şemsiye vb. fazlalıkları dışarıda bırakın
- Mutlu, içten ve saygıyla selamlama,
- Tanışmaya önem verdiğinizi gösterin
- Rastlantı sonucu orada bulunduğunuz izlenimini uyandıracak hareketlerden kaçının
- Mümkünse oturarak konuşun



İtirazlar



- İki tür itiraz vardır. Görünüşteki itiraz ve gizlenen itiraz.
- Görünüşteki itirazlar genellikle orijinal değildir.
- Müşteri çoğu zaman gerçek itirazı ortaya çıkarmaz. Bahane bulur.
- İtirazlar kişiye yönelik değildir.
- Doğaldır.
- Müşterinin ürünle ilgilendiğini gösterir



İtirazlara Cevap



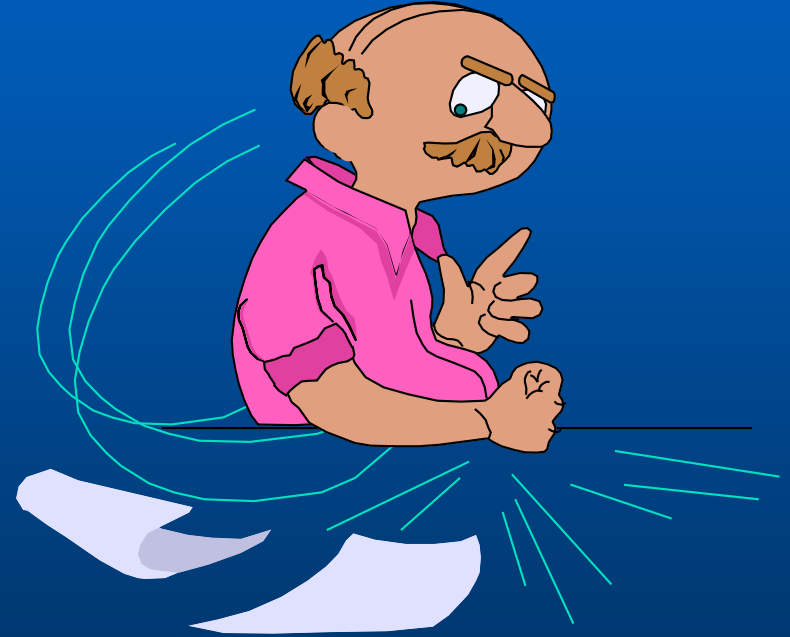
- İtirazı geçiştirin- cevap vermeyin
- Cevabı erteleyin
- Hemen cevap verin
- İtirazı reddedin
- İtirazı geri yöneltin
- İtiraza başkasının ağızıyla cevap verin
- Planlı sunuş itirazları peşinen cevaplar
- Asla tartışmayın
- Sakin olun ve kendinize hakim olun
- Gerektiği kadar konuşun
- Müşteriyi konuşması için cesaretlendirin
- Kendinizi müşterinizin yerine koyun



Şikayetler



- Müşteriler iki kez şikayet etmezler
- Şikayet kutuları müşterilerin içlerini döktükleri birer dert kutusudur.
- Şikayetler bizim eksikliğimizi giderme amacını taşır





Her Müşteri Yeni Bir Referanstır

- Müşterinin sayısal çokluğu kadar sürekliliği de önemlidir
- Müşteri sadakati

