

PERAKENDE SATIŞ BAŞARISI

TÜRKER GÖKSEL



AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

FARKLILIK: MÜŞTERİLERİNİZİN TEKRAR GELMESİNİ SAĞLAYIN



- Herhangi bir alışveriş merkezindeki mağazalara gittiğiniz zaman, hepsinin aşağı yukarı aynı görüldüğünü, aynı malı sattığını ve müşterilerine karşı kayıtsız davrandığını görürsünüz.



FARKLILIK: MÜŞTERİLERİNİZİN TEKRAR GELMESİNİ SAĞLAYIN



- Yine de, küçük ya da büyük az sayıda perakendeci farklı olmanın önemini bilmektedir.
- Dikkat çekmek için farklı bir ürün bulundurmak, müşterileriyle ilgilenilen bir ortam oluşturmak ve her zaman keyifli ve akılda kalıcı bir alışveriş deneyimi sunmak zorunda olduklarının farkındadırlar.



MUHTEŞEM MAĞAZALAR TESADÜFEN ORTAYA ÇIKMAZ



- Başarılı perakendecilik her zaman çok ürün satmakla eş değer tutulmuştur.
- Çok ürün satmak için mağazaların görsel olarak ilgi çekici, iyi tasarlanmış ve kolay alışverişe uygun olmaları gerekir.
- Müşteriye, kategorisine ve topluma hitap etmelidir.



MUHTEŞEM MAĞAZALAR TESADÜFEN ORTAYA ÇIKMAZ



- **Ve asıl yıldız, ürünün kendisi olmalıdır.**
- **Ürünü yıldız haline getirmek amacıyla doğru ortamı oluşturmak için, doğru gözlem ve yaklaşım gerekir.**
- **Ürünün çok iyi sunulması ve müşteriyi cezbetmesi şarttır.**



MÜŞTERİNİN DEĞERİ



- Tek bir müşteri bile çok önemlidir. Müşterilerinizle ilişkinizi geliştirin.
- Her bir müşterinin uzun dönemde çok önemli olduğunu aklınızdan çıkartmayın.
- Mağazanıza ne sıklıkla geldiklerini ve ne kadar harcadıklarını takip edin.



MÜŞTERİNİN DEĞERİ



- **Rakipleriniz arasından niye sizi seçtiklerini öğrenin.**
- **Bir müşterinin sizden alışveriş yapmayı neden kestiğini bulmaya çalışın.**
- **Yeni müşterilerinizi tanıyın ve onların düzenli olarak sizden alışveriş yapmasını sağlamak için ne yapmanız gerektiğini bulun.**



SATIŞ ARACI OLARAK TEKNOLOJİYİ KULLANMAK



- Müşteri bilgilerinizi bilgisayara kaydedin ve düzenli olarak kontrol edin.
- Bu size müşterilerinizin tercihlerini ve daha önce aldıkları ürünleri görme Őansı sağlar.
- Müşteri içeri girdiği anda satıcının onun bilgilerine ulaşma ve tercihlerine yönelik hizmet verme Őansı olur.



SATIŞ ARACI OLARAK TEKNOLOJİYİ KULLANMAK



- Ayrıca, teknolojiyi bir eğitim aracı olarak da kullanabilirsiniz.
- Zincir mağaza şirketleri, yöneticileri ve satış elemanlarına her tür bilgiyi sağlamak için satış noktası sistemleri kullanırlar.



SATIŞ ARACI OLARAK TEKNOLOJİYİ KULLANMAK



- Bu sistem, ana merkezden gelen günlük raporlar, örneğın, mağazaya gelecek ürünler, satış durumları, bir önceki günün satıőları, her satış elemanı için toplam satış adedi gibi bir çok bilgiyi içerebilir.



SATIŞ ARACI OLARAK TEKNOLOJİYİ KULLANMAK



- Teknolojinin eleman eğitiminde önemli rol oynadığı diğler bir alan ise, üretici firmaların internet siteleridir.
- Çalışanlarınızın, özellikle ürününün nasıl satılacağı ile ilgili önerilerin ve ürün bilgilerinin bulunduğu, erişim kodu korumalı üretici internet sitelerine erişimlerini sağladığınızda ve teşvik ettiğinizde, sonuçları kısa sürede görürsünüz.

Müşteriler Mağazanızda Nasıl Bir Deneyim Yaşıyorlar?



- **Odak grupları ve müşteri anketleri, perakende sektöründe yaygın kullanılan araştırma araçlarıdır.**
- **Ancak, bunlar size sadece müşterinin ürün yelpazenizi beğenip beğenmediği, mağazada kendini rahat hissedip hissetmediği hakkında bilgi verir ve genelde satış elemanları tarafından uygulanır.**

Müşteriler Mağazanızda Nasıl Bir Deneyim Yaşıyorlar?



- Bu tür araştırmalar, size daha çok satış getirecek ve müşteri sayınızı arttıracak sonuçlara ulaşmanızı sağlayacak değişiklikler yapma konusunda yeterli bilgiyi vermez.



Müşteriler Mağazanızda Nasıl Bir Deneyim Yaşıyorlar?



- Bunun için yapılması gereken şey, müşteri davranış araştırmasıdır.
- Bazı büyük zincir mağazalar bunu mağaza içine koydukları kameralarla gerçekleştiriyorlar.



Müşteriler Mağazanızda Nasıl Bir Deneyim Yaşıyorlar?



- Diğer bir yol ise mağazaya giren kaç müşterinin alışveriş yaptığını, sizden alışveriş yapmak için ne kadar uzaktan geldiğini, sizden önce aynı ürün için başka mağazalara bakıp bakmadığını, mağazanıza ilk kez mi geldiğini yoksa sürekli müşteri mi olduğunu **bir giriş-çıkış anketi** oluşturarak öğrenmektir.



Müşteriye Satış İmkanlarını Arttırın



- Mağazanıza gelen müşterilerin
- yüzde kaçı sorularına doğru yanıt alıyor?
- yüzde kaçına istedikleri ve ihtiyaçları olan ürün gösteriliyor?
- yüzde kaçı almaya geldikleri ürünü mağazanızda buluyor?



Müşteriye Satış İmkanlarını Arttırın



- yüzde kaçına o ürünü satın almak için gereken her türlü imkan sağlanıyor?
- yüzde kaç genel olarak memnun ayrılıyor?
- Diyelim ki bu soruların yanıtı % 65... O halde bu yüzdeyi arttırmak için neler yapmalısınız?



Müşteri Hizmetlerinin 10 Temel Kuralı



- 1. Müşteri sıcak karşılanmalı ve mağazaya giren her müşteriye “Hoş Geldiniz;” denmeli.
- 2. Satış elemanları her zaman içten olmalı ve gülümsemeli.
- 3. Müşteri bir şey sorduğunda satış elemanı onu doğrudan ürüne götürmeli.



Müşteri Hizmetlerinin 10 Temel Kuralı



- 4. Müşterinin karar verme aşamasında bilgi sunabilmeleri için satıcılar eğitilmeli.
- 5. Müşteri memnuniyetini arttırmak için mağaza ilkelerine, prosedürlerine ve sistemine bağlı kalınmalı.
- 6. Satın almak kolay olmalı.
- 7. Müşterinin memnun olmadığı veya istemediği ürün geri alınmalı.

Müşteri Hizmetlerinin 10 Temel Kuralı



- 8. Hasarlı ürünün onarımı ya da yenilenmesi hemen sağlanmalı.
- 9. Her müşteriye keyifli bir alışveriş deneyimi yaşatılmalı.
- 10. Müşteriye teşekkür edilmeli ve tekrar beklenildiği söylenmeli.



Bir Müşteri Ne Bekler?



- 1. Geniş bir ürün yelpazesi.
- 2. Kalite ve uygun fiyat.
- 3. Ürün iadesinde kolaylık.
- 4. Kasada hızlı ve güler yüzlü hizmet.
- 5. Belli mağazalarda bilgi alabileceği uzman satış elemanı.



Bir Müşteri Ne Bekler?



- 6. Uzun süreli ilişki.
- 7. Reklamlarda ve satış sonrasında verilen sözlerin tutulması.
- 8. Kibar, güler yüzlü, profesyonel çalışanlar
- 9. Ürünü zamanında teslim etme.



Tehlike İşaretlerine Dikkat Edin



- 1. Müşterilerle diğer satıcıların iki katı konuştuğu halde onların yarısı kadar satış yapan satış elemanları.
- 2. Çok az sayıda müşteri ile konuşup sadece reklamı yapılan ürünü satan satış elemanları.
- 3. Müşterilerin çoğuna sadece ana ürünü satan, aksesuarlarını satamayan satış elemanları.



Tehlike İşaretlerine Dikkat Edin



- 4. Müşterinin mağazadaki tüm ürünler arasından seçim yapmasına fırsat vermeden sadece kendi beğendiği markayı, rengi ya da modeli satan satış elemanları.
- 5. Ucuz ya da uygun fiyatlı ürünü satmayı daha kolay bularak, fiyatı yüksek ürünleri görmezden gelen satış elemanları.



Tehlike İşaretlerine Dikkat Edin



- **6. Sadece ortalamayı yakalayacak kadar emek veren, daha fazlası için çaba harcamayan satış elemanları.**
- **7. Tekrar gelen bir müşteri tarafından talep edilmeyen satış elemanları.**
- **8. Yeni ürünler hakkında bilgi sahibi olmak için çaba harcamayan ve o ürünleri nasıl sunacağını bilmeyen satış elemanı.**

Mükemmel Yöneticiler Mükemmel Mağazalar Oluştururlar



- 1. Mükemmel bir mağaza yöneticisinin iletişim becerileri çok yüksektir.
- 2. Mükemmel bir mağaza yöneticisi ilham verir ve güven ortamı oluşturur.
- 3. Mükemmel bir mağaza yöneticisi asla tam tatmin olmaz.



Mükemmel Yöneticiler Mükemmel Mağazalar Oluştururlar



- 4. Mükemmel bir mağaza yöneticisi fazlasıyla rekabetçidir.
- 5. Mükemmel bir mağaza yöneticisinin beklentileri yüksektir.
- 6. Mükemmel bir mağaza yöneticisi yetki ve sorumluluk verir.



Mükemmel Yöneticiler Mükemmel Mağazalar Oluştururlar



- 7. Mükemmel bir mağaza yöneticisi düzenli ve detaylara odaklıdır.
- 8. Mükemmel bir mağaza yöneticisinin öncelikleri belirleme becerisi vardır.



Mükemmel Yöneticiler Mükemmel Mağazalar Oluştururlar



- 9. Mükemmel bir mağaza yöneticisi sorun çözücüdür.
- 10. Mükemmel bir mağaza yöneticisi satış odaklıdır.



Olasılıkları Keşfedin



- **Bunu, “Ya böyle olsaydı? / Ya böyle yaparsak?” sorusunu sormaya başlayarak geliştirebilirsiniz.**
- **Bu sorunun yanıtı, başka adımlarla desteklenmeden mucizeler oluşturmaz ama**
- **size olasılıkları görüp o yönde adım atma fırsatı verir.**
- **Bu soruyu ne kadar başarı ile sorarsanız, o kadar fazla sayıda faydalı çözümlere ulaşırsınız.**

Müşteriyle İlgilenecek Doğru Eleman Seçimi



- 1. Eleman arama ilanlarınızı en iyi adayların dikkatini çekecek biçimde tasarlayın.
- 2. Sizin müşteri olarak hizmet aldığınız yerlerdeki iyi elemanlara dikkat edin.
- 3. İyi bir çalışma ortamı sağladığınızı hissettirin.



Müşteriyle İlgilenecek Doğru Eleman Seçimi



- 4. Mülakatları kusursuz yönetin.
- 5. Her başvurana şans tanıyın.
- 6. Olumlu tavrı olan çalışkan elemanlar seçin.



Elemanlar Ne Bekler?



- 1. Onlarla ilgilenen şirketler ve yöneticiler.
- 2. Yaptıkları işi görüp takdir eden şirketler ve yöneticiler.
- 3. Onlara gerçekten önem veren yöneticiler.
- 4. Keyifli bir ortam.
- 5. Şirketin başarısına katkıda bulduklarını bilmek.



Reklama Harcamalarınızdan En Etkin Sonucu Alın



- 1. Hedef müşteriye doğru seçin, medyayı doğru kullanın.
- 2. Reklam mesajınız etkili olsun.
- 3. Duygulara hitap edin.
- 4. Her sözcüğünüz değerli olsun.
- 5. Doğru müşteriye ulaşacak doğru medyayı kullanın.



Başarı Engelleyicileri



- 1. Net bir odak olmaması.
- 2. Sizin müşterilerinizin, işinizin, pazarınızın, gerçektekinden farklı olduğunu düşünmeniz.
- 3. Beklentilerin düşük olması.
- 4. Yöneticinin ya da patronun herşeye karışması.
- 5. Yetersiz iletişim.



Yeni Perakende Sektörü



- Yeni perakende sektörü, satış yapmak ve müşterilere hizmet vermek için eski satış ve pazarlama anlayışıyla yeni teknikler kullanır.
- Yeni perakende sektöründe perakendeciler farklı ürünler satan yenilikçi internet siteleri kullanırlar.
- Yeni perakende sektöründe ürün üreticileri, internet üzerinden, kendi mağazalarında ve perakendeciler aracılığıyla müşteriye doğrudan satış yaparlar.

Şirketiniz Hala İlgi Çekiyor Mu?



- Aşağıdaki sorulara vereceğiniz yanıt “Hayır” ise bu konuda bir an önce bir şeyler yapmalısınız?
- Aynı müşterilere diğer perakendecilerden daha çok hizmet vermekte başarılı muyuz?
- Müşterilerimizin hayatlarında önemli bir yerimiz var mı?



Şirketiniz Hala İlgi Çekiyor Mu?



- Mağazalarımız, müşterilerin alışveriş yapmak ve vakit geçirmek istedikleri yerler mi?
- Müşterilerimiz mağazalarımızda kendilerini rahat ve istenilir hissediyorlar mı?
- Genelde ürünlerimizi beğeniyorlar mı?



Şirketiniz Hala İlgi Çekiyor Mu?



- **Müşterilerimiz bizden aldıkları ürünlere sahip olmaktan hoşnut mu?**
- **Ürünlerimiz onların beklentilerine fazlasıyla yanıt veriyor mu?**



Şirketiniz Hala İlgi Çekiyor Mu?



- Mağazalarımızda çalışan kişilerden hoşnutlar mı?
- Mağazalarımızdan aldıkları ürünlerden istenilen sonucu alıyorlar mı?
- Fiyatların makul olduğunu düşünüyorlar mı?



Şirketiniz Hala İlgi Çekiyor Mu?



- Mağazalarımız, müşterilerimizin hayatlarının önemli bir parçası mı yoksa yarın öbür gün, gidip başka bir yerden aynı ürünü aynı fiyata satın alabilirler mi?

