

SATIŞ SIRLARI

TÜRKER GÖKSEL



AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

1. İnsanlar Neden ve Nasıl Satın Alır?



- İnsanları satın almaya iten gerçek dürtüyü anladığınız an başarılı bir satışı olma yolunun yarısını kat etmişsinizdir demektir.



1.1 Pozitif Bir Yenilik Satın



- Her başarılı satışın altında yatan alıcının satın aldığı ürünün ya da hizmetin pozitif bir etki oluşturacağına inanmasıdır.



1.2 Değeri Anlayın



- Değer satışın en önemli kavramıdır.
- Müşteri ürününüzün ya da hizmetinizin deęerinin fiyatından üstün olduğunu görmek ister.
- İş dünyasında değeri belirleyen yönler şunlardır:



İhtiyaçlar



- İhtiyaçlar, müşteriye en büyük değeri katacak pozitif yeniliğin bir ögesi olarak tanımlanabilir.



İstekler



- Pozitif yeniliğin bazı öğelerini satın almak müşteriye “hoş” gelebilir ama istedikleri gelişime ulaşmaları için gerekli olmayabilir. Bu durumda müşteri o ürüne daha az değer biçer.



Değer Oluřturma



- **Satışçı olarak yapmamız gereken ihtiyaçları ve istekleri ortaya çıkarıp onları tatmin etmenin ne kadar önemli olduğunu kavramaktır. İyi satışçılar sattıkları ürünü yaratacağı etki ve değerle birleştirmeyi bilirler.**



Sorunlar ve Fırsatlar



- Pozitif yeniliğin istenmesinin en büyük sebebi müşterinin mevcut olanla sorun ya da sıkıntı yaşıyor olmasıdır.
- Bu sorunlar ne kadar sancılı olursa onları çözenin değeri ve bir çözüm getirme fırsatı o kadar artacaktır.



Değerin Üç Türü



- Maddi olarak tanımlanan finansal değer,
- Alıcının işi ve ilgi alanıyla bağlantılı kişisel değer,
- Daha genel ve stratejik hedeflerle bağlantılı iş değeri.



1.3 Satış Döngüsünü Bilin



- **Olası müşterilerinizle olan süreci belirlemek için satış döngüsünden yararlanın.**
- **Bu döngünün haftalarca ya da saatlerce sürmesine gerek yok; hızlı satışlar için de aynı döngü geçerlidir.**



1.3 Satış Döngüsünü Bilin



- **Şüpheliler:** Yeni bir ürünün ya da fırsatın olası müşteri profiline uymayabileceğinden şüphelenirsiniz.
- **Olası müşteriler:** Bunlar, ihtiyaç ya da istek olduğu için önceden bağlantıya geçmiş olduğunuz potansiyel müşterilerdir.



1.3 Satış Döngüsünü Bilin



- **Fırsatlar:** Bu aşamada olası müşterilerle ilişki kurulup ihtiyaçları ve istekleri hakkında daha fazla bilgi edinilir.
- **Teklif etme:** Bu, söz konusu müşterilere teklifinizi sunmak için yeterli bilgi edinmiş ve iyi bir ilişki kurmuş olduğunuz aşamadır.
- **Uzlaşma:** Müşteri teklifinizi kabul ettikten sonra koşulları kabul etmeye hazır olduğu aşamadır.

1.3 Satış Döngüsünü Bilin



- **Satış kapatma:** Müşterinin satın almayı ve koşulları kabul ettiği aşamadır.
- Satış kapatmadan sonra işiniz bitmez çünkü aynı müşteri ile daha fazla iş yapmak için bu döngüyü tekrarlama yolları bulmanız gerekmektedir.
- Ama artık müşteri onun için ne yapabileceğinizi bildiğinden işiniz daha kolaydır.

1.4 Güven ve Saygı Oluřturun



- Unutmayın ki insanlar sevdiği, güvendiği, işi bildiğine inandığı kişiden alışveriş yaparlar.
- Müşterinize karşı açık, dürüst ve ilgili olun.



1.5 Siz Farklısınız



- Rakiplerinizin önüne geçmenizin en güçlü yolu müşterinizle kurduğunuz ilişkidir.
- Farkı oluşturan siz ve yaklaşımınız olur.



2. Doğru Kişiyeye Satış Yapmak



- Satışçıların yaptığı en genel hatalardan biri yanlış kişiyeye satışı yapmaya çalışmaktır.
- Önemli olan değıştirme gücü olan kişiyeyi saptamak ve bu kişinin satın alma sürecindeki rolünü keşfetmek için şirket analizini iyi yapmaktır.



2.1 Müşterinizi Anlayın



- **Doğru şirketleri ve bireyleri hedeflediğinizden emin olmak için Araştırma yapın.**
- **Kimin sizin çözebileceğiniz bir sorunu olduğunu saptayın**
- **Mevcut müşterilerinizin dışına çıkın.**
- **İdeal müşteri profilinizi belirleyin.**
- **Ürürünüzle ilgilenen her kişinin satın alma yetkisi olmayabileceğini aklınızdan çıkartmayın.**
- **Müşterinin daha önce başka bir tedarikçiyle bağlantısı olup olmadığını öğrenin.**

2.2 Müşterinizin Şirket Yapısını Anlayın



- Hedef müşterinizin şirketinde kararların nasıl alındığını öğrenin.
- Bunun için
- ufkunuzu genişletin.
- şirket şemasını hazırlayın.
- etki alanlarını belirleyin.
- şirket kültürü hakkında ip uçları toplayın.

2.3 Alıcının Rolünü Belirleyin



- **Alıcı rollerini şöyle sınıflandırabiliriz:**
- **Kullanıcı:** Bu kişi ürününüzü kullanmaya niyetli kişidir. Onu satın almanın son basamağı olarak görün ama küçümsemeyin. Bu tür bireyler, ürününüzün ya da hizmetinizin şirketine ne tür yarar sağlayacağı konusunda çok değerli bilgi kaynaklarıdır.
- **Etkileyici:** Genellikle son kararı veren üst düzey yöneticidir. Görüşlerine saygı duyulur ve ürününüz ve hizmetiniz hakkında sınırlı düzeyde bilgi sahibidir.

2.3 Alıcının Rolünü Belirleyin



- **Koç:** Nedeni ne olursa olsun iş dünyasında kazanmanız için size yardım etmek isteyen kişidir. Ya ürününüzü, şirketinizi veya sizi seviyordur ya da diğer alternatiflerden hoşlanmıyordur. Sizin için sonsuz bir bilgi kaynağıdır.
- **Engelleyici:** Koçun tam tersidir. Size zaman kaybettirir.
- **Teknik karar verici:** Genelde orta düzey yöneticidir. Teknik çözümün onlar için doğru olup olmadığını değerlendirir ve bu konuda karar verir.



2.3 Alıcının Rolünü Belirleyin

- **İş konusunda karar verici:** Genellikle sorunu yaşayan kişidir. Ürününüzden ya da hizmetinizden yararlanacak şirket faaliyetlerinden sorumlu üst düzey yöneticidir.
- **Finansal karar verici:** Genellikle finans müdürüdür. Harcanabilecek miktar konusunda son kararı verir.

2.4 Değişim Sorumlularını Belirleyin



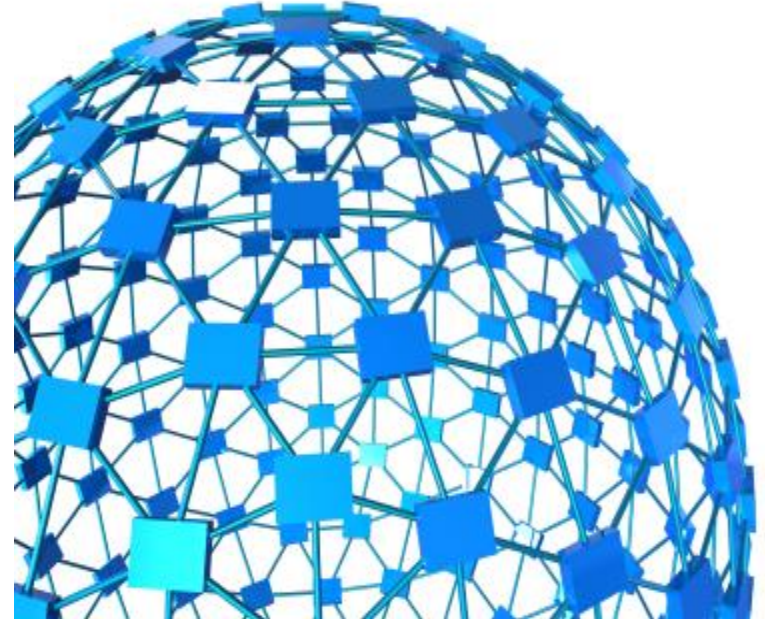
- **Karar vericiler her zaman üst düzey yöneticiler ya da en çok yetkiye sahip bölüm olmayabilir.**
- **Yetkisi olan ve değişimi isteyen bireyleri bulmaya çalışın.**



2.5 Yetkiliye Ulařın



- **Rolleri belirledikten sonra atılması gereken en önemli adım, karar vericiye ulaşmak ve onunla ilişki kurmaktır.**
- **Bunu gerçekleştirmek için networkünüzdeki her yolu deneyin.**



3. Yeni Bir İş Oluşturmak



- Hiçbir şirket yeni müşteriler bulmadan ve kazanmadan büyüyemez.
- Bunu yapmayı öğrenmeniz sizi başarılı bir satışı yapacaktır..

yenibiris:)E

3.1 Doğru Olası Müşteriyi Seçin



- Yapmanız gereken ilk şey ne tür müşteriyi hedefleyeceğinize karar vermektir.
- Bunun için kendinize şu soruları sorun:



3.1 Doğru Olası Müşteriyi Seçin



- **Neredeler?** Müşterilerinizin gerçek yaşamda ya da online olarak sizi bulmalarını kolaylaştırın ve minimum zaman ve çaba ile ulaşabileceğiniz müşterileri hedefleyin.
- **Kaç tanesi orada?** Mümkün olduğunca çok fırsat yaratmanız önemlidir. Bu yüzden ürününüzün ya da hizmetinizin hitap edeceği toplam pazarın ne kadar büyük olduğunu değerlendirin.
- **Satın alabilirler mi?** Ürününüzü almaya gücü yetmeyecek ya da karar verme yetkisi olmayan müşterilerle zaman harcamayın.

3.1 Doğru Olası Müşteriyi Seçin



- **Sizin hakkınızda bilgileri var mı?**
Şirketinizin ya da şahsi olarak sizin hakkınızda bir şeyler bilen müşterilere ulaşmanız daha kolaydır.
- **Mevcut müşteri ilişkileri ya da hedef şirketin rakibi olan şirkete satış yapmış olmanız işe yarayabilir.**
- **Değişecekler mi?** Değişmek için bir neden göremeyen kişiye hiçbir şey satamazsınız.



3.2 Olası Müşteri Listesi Hazırlayın



- Potansiyel müşterilerinizi bir liste olarak hazırlayın ki araştırmanız tek bir dosyada toplansın.
- Bu sizin “satış iletişim hattınız” dır.



3.3 Satış Kampanyanızı Planlayın



- Yaklaşım yöntemlerinizi belirleyin.
- Bu, kısıtlı zamanınızı nasıl kullanacağınız ve en iyi sonucu elde etmek için kaynaklardan nasıl yararlanacağınız konusunda yardımcı olur.





3.4 Telefonla Görüşmeyi Deneyin

- **Yeni fırsatlar yaratmak için insanları aramak ucuz, hızlı ve direkt bir yöntemdir.**
- **Telefonda ürün satmaya çalışmayın. Bunu ilk görüşme randevusu almak için bir fırsat olarak görün.**
- **Dirençli olun. Reddedilme olasılığını göz ardı etmeyin. Denemeye devam edin.**
- **İnatçı olmayın. Eğer yolunda gitmeyen bir şeyler varsa yaklaşımınızı değiştirin.**
- **Düzenli olarak arayın.**

3.5 60 Saniyede Kazanmayı Öğenin



- **Unutmayın ki telefonda konuştuğunuz kişi ilk 60 saniyede size daha fazla zaman ayırıp ayırmayacağına karar verir.**



3.5 60 Saniyede Kazanmayı Öğenin



- **Kibarca kendinizi tanıtır ve şirketinizin adını söyleyin.**
- **Konuşmayı samimi hale getirecek her hangi bir ortak tanıdıktan söz edin. Eğer şirketiniz piyasada iyi tanınan bir şirketse bu da yeterli olacaktır.**
- **Kısaca neden aradığınızdan söz edin.**
- **Etkinizi ölçmeye çalışın.**
- **Kilit soruyu sorun. “Bununla ilgilenir misiniz? Detaylı konuşmak için bana yarım saat ayırabilir misiniz?”**

3.6 Telefon Taktiklerinizi Geliştirin



- **Ne zaman aramalı? Aradığınız kişiyi masasında bulmanız ve ona ulaşmanızı engelleyen kişinin masasında olmayacağı bir zaman bulmanız gerekmektedir.**
- **Bunun için en uygun zamanlar Pazartesi erken saatler, Cuma akşamüstleri, öğle yemeği saatleri, mesai saati dışındaki saatlerdir.**

3.6 Telefon Taktiklerinizi Geliştirin



- **Direk numaralar ve cep telefonu numaraları:** Hedef kişiye kolay ulaşmanın yolu mümkünse direk ya da cep telefonu numarasını bulmaktır. Bazen o şirketteki başka birini arayıp sormak bile yeterli olabilir.
- **Santral görevlisini geçmek:** Santral görevlileri genellikle satış görüşmelerini bağlamadıklarını söylerler. Bir araştırma yaptığınızı ve tavsiye üzerine aradığınızı söyleyebilirsiniz. Aracı olan kişinin ismini vermek doğru bir çözümdür.

3.6 Telefon Taktiklerinizi Geliştirin



- **Asistanlar ve sekreterler:** Asistanlar ve sekreterlere ters davranmak ya da onları küçümsemek hatasına düşmeyin. Onlarla arkadaş olun, saygılı ve samimi davranın.
- **Sesli mesaj:** İlk aradığınızda telesekreter çıkarsa mesaj bırakın. Bu ilk 60 saniyeyi doğru kullanabilmeniz için bir fırsattır. Bir şey satmaya çalışmayın; arama sebebinizi belirtin ve daha sonra tekrar arayacağınızı söyleyin. Ancak bunu dört seferden fazla yapmayın.

3.7 İsteksizliğinizi Yenin



- Bunun için korkularınızı analiz edin, onlarla yüzleşin ve gerçekçi hedefler koyun.
- “Hayır”lar sizi endişelendirmesin.
- Unutmayın bir köşede sizi bekleyen bir “Evet” mutlaka var.



3.8 İtirazlarla Baş Edin



- “Hayır,” demek “evet,” demekten daha kolaydır çünkü sizin önerinizi beğenseler bile “evet” onlar için daha fazla iş anlamına gelir.
- Hemen pes etmeyin. İlk itirazları duymazdan gelin. Konuşmayı daha pozitif bir yöne çekin. Duyacağınız itirazlardan bazıları şunlardır:



3.8 İtirazlarla Baş Edin



- Çok meşgulüm.
- Katalog gönderin.
- Bu benim sorumluluğumda değil.
- Mevcut sistemden / üründen / hizmetten memnunuz, teşekkürler.
- Şirket prensipleri...



3.9 Kendinizi Motive Edin



- Performansınızı değerlendiren bir yöneticiniz olsa da en iyi motivasyon kişinin kendisinden gelir.



3.9 Kendinizi Motive Edin



- **Bunun için**
- **Gerçekçi hedefler ve ödüller koyun.**
- **Kendiniz için rapor hazırlayın.**
- **İş yükünüzü çeşitlendirin.**
- **Zaman yönetimini doğru yapın ve satış döngünüzün her aşamasında pozitif bir şey yaptığınızdan emin olun.**
- **Pes etmeyin. Eğer son görüşmeniz kesin bir red ile sonuçlanmışsa hemen yeni bir numara çevirin.**