



AOSB'de "Satış ve Pazarlama" semineri

Adana Hacı Sabancı Organize Sanayi Bölgesi (AOSB) Başkanlığınca sanayici ve çalışanlara eğitim desteği sağlamak üzere kurulan AOSB Akademi kapsamında, "Satış ve Pazarlama" semineri düzenlendi.



Firmaların pazarlama temsilcilerinin katılımıyla AOSB Seyhan Salonu'nda gerçekleşen seminerde; geçmişten bugüne pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi, satış teknikleri, satış sürecinde atılması gereken adımlar ve müşteri ile iletişim konuları ele alındı. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İşletme Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Efe Efeoğlu, pazarlama anlayışındaki gelişimi anlatırken, insana dokunmanın artık çok daha fazla önem kazandığını ifade etti. Müşteri, satış ve hedefe odaklanmanın yanı sıra rekabetçilik, hesap verebilirlik ve yetkilendirmenin şirketlere başkanı getirdiğini ifade eden Efeoğlu, "Pazarlamada başarılı olup, satış kültürü oluşturan şirketler neler yaptılar? Yeniden yapılanma kapsamında, diğer şirketlerden daha fazla satış eğitimi ile performansa dayalı ödül sistemi oluşturdular. Böylelikle hizmet kalitesindeki artış, müşteri memnuniyetindeki artışı beraberinde getirdi" dedi.

"MÜŞTERİ GÜVEN BEKLER"

Müşterinin satın alma nedenlerini; rahatlık, güvenlik, sağlık, merak ve yeni deneyimler, ekonomiklik, karlılık, prestij kazanmak, farklı olmak, başkalarını memnun etmek, zamandan tasarruf, yeni ürün ve gelişme isteği şeklinde sıralayan Doç. Dr. Efe Efeoğlu, "Müşteri hizmetleri; müşteri, çalışanlar ve kurum olan komp-

leks ilişkiler bütünüdür. Pazarlamada hedef kitleyi doğru tanımlamak önemlidir. Müşterinin bizden beklediği güven, duygu ve akıldır" ifadelerini kullandı.

"KÖTÜ HABER DAHA ÇABUK YAYILIR"

Müşteri memnuniyetinin önemine değinen Efeoğlu, bu konuda şunları kaydetti:

"Müşteriler yürüyen reklamlardır. Memnun müşteri daha az stres yaratır. Herkes güvendiği kurumlarla çalışmak ister, bu yüzden müşteriler kendi referanslarını kendileri üretirler. Yeni müşteri bulmak eskisini korumaktan 5-10 kat daha zordur. Ayrıca, kötü haber iyi haberden daha kolay yayılır. Memnun bir müşteri memnuniyetini en fazla 5 kişiye söylerken, memnun olmayan müşteri bunu 20 kişiye söyler."

Doç. Dr. Efe Efeoğlu, müşteri ile ilişkilerde gülyüzün son derece önemli olduğunu belirterek, satış temsilcilerine şu önerilerde bulundu:

"Daima olumlu olun, her müşterinin özelliklerine göre davranın. Müşterinizin üzerinde baskı kurmayın. Müşterilerinize elinizden geldiğince yardımcı olun, danışmanlık hizmeti verin. Müşterinizin hızına ayak uydurun. Şunu asla unutmayın. Müşterinin gözünde şirketiniz sizsiniz. Sizden beklenen, müşterilerinize sunduğunuz hizmeti profesyonel, standart ve

sürekli hale getirmek."

"MÜŞTERİYE DOĞRU ÇÖZÜMLER SUNULMALI"

İyi hizmetin temel kriterlerini de erilebilir, zamanında sunulmuş, anlaşılabilir, sürekli, profesyonelce sunulmuş ve güvenilir olarak sıralayan Efeoğlu, "Satış ihtiyacın karşılanması, ihtiyacın müşteriye kabul ettirilmesidir. Müşteriye ait ihtiyacın doğru olarak tanımlanıp, bu ihtiyacı karşılayacak çözümlerin; müşterinin elde edeceği faydalarla birlikte sunulmasıdır. İnsanlar satın alırken nelere bakarak ikna oluyorlar? İhtiyacım var mı, ihtiyacım yok ama almak istiyorum mu, fiyatı uygun mu, kalitesi istediğim gibi mi, marka imajı nasıl, garanti süresi ne kadar, satış sonrası servis nasıl, satıcı kişinin iletişim tarzı nasıl? Bunlar müşterinin nasıl ikna edilebileceği konusunda temel sorular" dedi.

Pozitif yaklaşım, güvenilirlik, ürün bilgisi, müşteriye uygun satış becerisi, etkin sunum becerisi, itirazlarla başa çıkabilme becerisi, satış kapama becerisi ve zamanı etkin yönetmek gibi özelliklerin satıcıda bulunması gereken olmazsa olmaz özellikler olduğunu vurgulayan Efeoğlu, sunumunu, "Kazan-kaybet dönemi kapanmıştır. Artık benimsenen kazan-kazan modelidir" sözleriyle tamamladı.

(Bülten)