

İyi Bir Satıcıda Olması Gereken Nitelikler

İsa Doğanlı

Kaplamin A.Ş Gen.Md

Endüstri Yük. Müh.

8 Kasım 2015 Pazar

Birkaç ay önce yatak aldım. Aldım dediysem, sipariş ettim. Teslim tarihi tam da bayram öncesine denk geldiğinden, verilen tarihte teslimat yapılacak mı diye merak ederek; satıcıya telefon ettim. Zaten iki kardeşin çalıştırdığı mağaza sahibi, bana bilgi veremeyeceğini zira üretim planına göre iş yapıldığından bahsederek; yardımcı olmak istemedi. Ben, üretim planına müdahale şöyle dursun, teslim tarihini öğrenmekte ısrar ettim ama başarılı olamadım.

Daha sonra markanın, internet sitesine girip-müşteri hizmetlerine mail yazarak derdimi anlattım. Birkaç saat içinde, mağazadan telefonumu alan bir görevli arayıp-teslimatın zamanında yapılacağını müjdeledi.

Bir satıcının hem de kendi dükkânını çalıştırırken, nasıl bu denli "kalın kafalı" olabildiğini düşünürken, aşağıda ilk linkte verdiğim yazı posta kutusuna düştü. Yazının başlığı "7 Habits of Highly Effective Sales People", Stephen R. Covey'i anımsatıyordu. İlgimi çekti, okudum ve internette benzeri başka yazılarda (ikinci link) olduğunu gördüm. İki yazıdan, faydalı bulduğum hususları kendi görüşlerimi de katarak aşağıdaki gibi özetledim:

Mevcut durumda en iyi olsanız bile, iyi bir satıcı olmak için herhalde ilk gereken şey, satış miktarını arttırma ve/ya iyileştirme imkanı olduğunu kabul etmektir. Eğer bunu kabul etmiyorsanız, yazıyı okumanıza gerek yoktur.

Satış, müşteriye belli bir ürünü/hizmeti teslim etmek gibi görünse de; daha geniş açıdan bakıldığında müşteriye bir marka/şirket adı satmaktır. Günün sonunda, hem satıcının çalıştığı kurum hem de satıcı; müşteri bağlılığı ile müşteri referansı elde ederler. Pratik olarak, "iyi satıcı" müşteri ile kolay/iyi/düzenli ilişki kurabildiği gibi, onun ne düşündüğünü/beklediğini anlayabilen kişidir.

Pazarınızı ve ürününüzü anlayın/bilin. Tüccar plasiyer değilseniz, sattığınız ürünü, müşterinin üründen ne beklediğini, ürünün rakiplere göre durumunu, bilmelisiniz. Ürünü hem ambalaj üreticisi açısından hem de müşteri gözüyle yorumlayabilmek bir kilit meziyettir.

Deneyimlerimize göre, genç satıcılar kendisini "ne olsa satarım, ben iyi satıcıyım" şeklinde konumlandığından; oluklu mukavva ambalaj satışında başarılı olamamaktadır. FMCG sektöründen gelenlerde bu handikap çok daha fazla gözlenmektedir.

Çene çalmayı bırakıp-müşteriyi dinleyin. Eskiden (belki de halen) standart ürünleri satanlar, ürünlerinin reklamını yaptıklarında müşteri bulabilirlerdi. Ambalaj, daha teknik bir üründür. Müşterinin beklentilerini/zorluklarını anlamak (yani onu dinlemek), ona uygun çözümleri anlatmak (reklam yapmak yerine-çözümleri açıklamak) uygun olacaktır. Müşteriye karşı ne kadar açık/dürüst olursanız, uzun vadeli işbirliğinizin temellerini atma şansınız olacaktır.

Bana yatak satan kişi, beni dinlemediğinden derdimi de anlamamıştır.

İşi sahiplenin. Teslimatın geciktiği, ürünün red edildiği,... gibi zor zamanlar, satıcının genel performansını arttırabileceği imkanlar sunar. Böyle zamanlarda diğerlerini (üretim, sevkiyat, vs) suçlamak yerine, sorumluluğu üstlenip-hata nerede ise oraya yardımcı olmak; satıcıyı olgunlaştırdığı gibi hem de muhtemel üst pozisyonlara hazırlar.

Herkesi satmak zorunda değilsin. Bazı müşteriler (veya potansiyel alıcılar) "kötü müşteri" dir ve hem satıcının hem de ambalajı üreten şirketin zamanını çalarlar. İyi satıcı, bunları en baştan tanıyıp-ayırt edip içeri almamalıdır. Bu konuda detaylı bilgi "müşteriler her zaman haklı mıdır" <http://www.isadoganli.blogspot.com.tr/2014/11/musteriler-her-zaman-hakli-mdr.html> başlıklı yazımda mevcuttur.

Varsa CRM' den yararlanın. Mevcut ve hedef müşterilerin ilgi alanlarını izleyen CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) varsa, müşterinin hangi konulardaki mail/blog/yazı okuduğunu, ne tür duyurularla ilgilendiğini, hangi sayfalarınızı incelediğini,... bilebilirsiniz. Bunlar, müşterinin ne düşündüğünü/aradığını gösteren çok değerli bilgilerdir.

Hedefiniz olsun. İyi satıcının, üst yönetimin kendisine verdiğiinden başka ve verilenden daha yüksek hedefleri olmalıdır. Dönemin sonunda hem kendine verilenleri hem de kendi gizli hedeflerini yakalamış olmak, iyi satıcı olmaktır. Bu konu, ambalaj gibi sipariş üzerine satılan konuda biraz zor olsa da; eğer satıcının kişisel iddiası varsa ölçülebilir hedefinin olması şarttır.

Toplantının hakkını verin. Müşteri ile her konuşmaya hazırlıklı gitmek ve toplantı sonunda, hangi adımların atılacağı (numune, deneme partisi, vs) hususunda mutabık kalmak çok önemlidir.

Çalışma hayatımın çok büyük bir kısmında, satıcıların müşteriler ile kurdukları ilişkilerin iğreti temeller üzerine oturduğunu gördüm. Müşteri ile okul/asker arkadaşlığı, hemşeri olmak, aynı takımı tutuyor olmak, onun zafiyetinden istifade etmek, gibi satışı başlatabilecek motivasyonların gerçekte satış olmadığını uzun zaman önce anlamış durumdayım. Satıcı olarak siz de gerçekte "kalite" yoksa bir iki yıl içinde iyi bir memur olabilirsiniz. Kalitenin formülü yukarıda, ders çalışmalısınız.