

# Müşteri İlişkilerinin Geliştirilmesi ve Satış Yapma

eKitap



# Müşteri İlişkilerinin Geliştirilmesi ve Satış Yapma

Dale Carnegie şunu söyledi, “Eğer iyi bir hoş sohbet olmak isterseniz, önce dikkatli bir dinleyici olmanız gerekir. İlginç olmak ilgiyi çeker. Diğer kişilere yanıtlarken keyfine varacağınız sorular sorun.”

Büyük bir ihtimalle bu ilk buluşmanız. Tüm yeni ürün ve hizmetlerinizi paylaşmaktan heyecan duyuyorsunuz ve sunduğunuz her şeyi seveceklerinden eminsiniz. Sizi, şirketinizi ve ürünlerinizi gösteren güçlü bir sunum hazırladınız. Satışa hazır hale getirilmiş bir satış sipariş formuyla dengeli ve hazırsınız. DURUN! Orada kalın!

Bir müşteriye açık uçlu sorular sormadan ve sonra da cevaplarını aktif olarak dinlemeden özelleştirilmiş bir sunum hazırlayamazsınız. Yeni bir müşteri ile ilk toplantınız, problemin (kendi kafanızdaki) çözümlerini araştırmanız ve keşfetmeniz için gereken süredir. İnsanlar konuşmayı severler. ONLARI RAHAT BIRAKIN.

Müşteriler bugün hazırlanmaktadır. Web sitenizde zaten herşey mevcut. Ürünlerinizi, promosyonlarınızı ve müşteri yorumlarınızı gördüler. Aynı ürünlerde bu ürünleri sunan rakiplerinizin web sitelerinde de bulundular. Ancak bilinçli satış yöneticileri, İnternet’in yapamadığı bir şey yapıyorlar. İlişkiler kuruyorlar. Müşterilerinin başarısına bağlıdırlar. Kalıcı ortaklıkların herkes için olumlu sonuçların anahtarı olduğunu biliyorlar. Sürekli bir iş ilişkisinde, ilk seferde bir görüşme kuruluyor ve her şey dikkatli dinleme ile başlıyor.



“

Bugün binlerce satıcı çok az ücret karşılığı yorgun ve cesaretleri kırılmış olarak kaldırımları aşındırıyor. Niçin? Çünkü onlar sadece kendilerinin ne istediğini düşünüyorlar. Bir satıcı elindeki malın ya da yaptığı hizmetin sorunlarımızın çözümüne yardımcı olacağını bize gösterse malını satmaya çalışmasına gerek kalmaz, çünkü biz bu malı kendiliğimizden satın alırız”

- Dale Carnegie

# 5 Adımda Müşteri İlişkilerini Kurmak

**Dale Carnegie Training, sınırları aşmak, anlaşmaları genişletmek, güvenilir ve sürdürülebilir bir iş akışı geliştirmek için satış ilişkisinden yararlanan satış profesyonellerinin geliştirilmesinde liderdir.**

## 1 Değer Yaratmak

Müşteriler, problemlerinin çözümü ya da yeni fırsatlardan yararlanmalarına yardımcı olmanızı, onlar için neler yapabileceğinizi bilmek isterler. Değer vermek için, müşterilerinizin gerçekten ne istediğini anlamanız gerekir. Bu, daha önce de belirtildiği gibi aktif dinleme ve sorgulamayı içerir, fakat aynı zamanda araştırma gerektirir. Araştırmanız tamamlandığında, müşterinin bakış açısıyla ilgili şeyleri görmeye çalışmalısınız. Bu, en yüksek değeri nerede sağlayabileceğinizi belirlemenize yardımcı olacaktır. Doğru hizmeti eşleştirdiğinizde veya bir müşteri tercihini karşılamak için bir yaklaşımı geliştirip geliştirmendiğinizi her zaman kendinize sormalısınız, “Müşteriye nasıl değer veriyorum?”

## 2 Gerçekler ve Faydalar

Gerçekler ve faydalar değer sağlamanın bir yoludur. Bununla birlikte, genellikle satış profesyonelleri bunlara çok fazla güvenebilir. Sorgunuzun bir parçası olarak, bir müşterinin web sitenizi ziyaret edip etmediğini ve ürün veya hizmetinizi incelediğini bilmelisiniz. Yaklaşımınızı, ürününüzün veya hizmetlerin dağıtımında da değiştirmeniz gerekir. Dale Carnegie'nin dediği gibi, “Sadece doğruyu söylemek yeterli değildir. Gerçek, canlı, ilginç ve dramatik hale getirilmelidir.” Yaşamla ilgili gerçekleri, faydaları ve nihayetinde ürünlerinizin çözümlerini aktarmanın harika bir yolu bir hikaye anlatmaktır. Müşterilerinizin bir hikayeye odaklandığında faydalarını ve çözümlerini akılda tutması çok daha kolaydır. Dale Carnegie Satış Eğitim programında, bir hikayeyi güvenle ve kolaylıkla geliştirip sunmanın hızlı ve kolay bir yolunu öğrenebilirsiniz.

Gerçekleri kullanırken ve kuruluşunuzun veya ürününüzün değerini gösterirken, gerçeklerin belirli, doğru ve kanıtlanabilir ifadeler olduğunu unutmayın. Faydalar, müşterilerin çözümünüzü veya ürününüzü nasıl kullanabilecekleri ve nasıl keyif alacakları hakkında kısa ve net açıklamalardır. Bazen gerekçelerinizi veya ifadelerinizi kanıtlarla desteklemeniz gerekebilir. Her zaman bunu yapmaya hazırlıklı olun.

### 3 Nitelikli Sorular

Nitelikli soruları dikkatli bir şekilde ele aldığınızdan emin olun. Müşteriyi hemen değerlendirmek cazip gelebilir. Potansiyel alıcıya ön veya erken süreçte verebileceğinizden daha çok sayıda eleme sorusu sormamak önemlidir. Bununla birlikte, zamanınızı veya müşterinin zamanını doğru uygun olmayan bir ürün veya çözüm için boşa harcamak istemediğinizi ifade edin. Müşterinin bakış açısını göz önünde bulundurun ve sorularınızı, müşterinin sorularını yanıtlamanın yanı sıra, nitelikli sorularınızı yanıtlamaya yardımcı olacak bir şekilde sınırlandırın. Bu, satın alma olasılığı olmayan veya satın alma yetkisine sahip olmayan kişilerle randevu ayarlamak için harcanan süreyi azaltacaktır.

#### Analiz İhtiyacı

Çözümünüzü sunmadan önce, müşterinin gerçekten neye ihtiyacı olduğunu keşfetmelisiniz. Soruları sorun ve dört ihtiyaç alanını ortaya çıkarmak için dikkatlice dinleyin.

- Birincil İlgi Alanı: Çözümünüzün sağladığı sonuçları almak istiyorlar: Gelişmiş etkileycilik, iyileştirilmiş yarar, güvenlik, konfor ve esneklik.
- Satın Alma Kriterleri: Eğer satın alma kriterleri yerine getirilmezse, satış ilerlemez: Özellikler, bütçe, onaylar, destek, konum ve kalite.
- Bireysel Gündü: Müşterinin satın alma kararını vermesi için zorlayıcı duygusal nedendir: İlişkiler, kabul etme, kendin yapabilme, kendini koruma ve güç.
- Risk vs. Ödülün Değerlendirilmesi: Faaliyetin bedeline karşı gelen faaliyetin maliyetini karşılaştırın: Kelimelerle bir resim çizin.

İşi sormalısınız. Bir ilişkiyi başarılı bir şekilde kurduğunuzda, müşterinizden “bir şey satın alacağınız” anda kendinizi daha çok istekli bir ortak gibi hissedeceksiniz. Doğrudan sorular sorarak veya müşteriden bir veya iki seçenek seçmesini isteyerek, doğal hissettiren bir yöntem kullanın.

### 4 Taahhüdü Kazanmak

#### Bir Kelime İle Resmetmek

İnsanlar rasyonel ve duygusal faktörler de dahil olmak üzere çeşitli nedenlerle satın alırlar. Bir kelimeyi resmetmek, alıcının duygularını harekete geçirirken, bir aciliyet duygusu yaratarak ve ertelemeyi kaldırıp, çözümünüzün değerini özetlemenin akılda kalıcı bir yoludur.

Potansiyel müşteriniz için etkili bir kelimeyi başarılı bir şekilde resmetmek için şunları yapmanız gerekir:

- Müşterilerinize, çözümünüzün sağladığı faydadan yoksun olduklarını hatırlatın. Onlara kabul ettirin.
- Müşterinize, çözümünüzün fayda elde etmelerine onlara yardımcı olacağını hatırlatın.
- Çözümleri kullanarak, zevk alarak ve bundan faydalanarak müşterinizin bir resmini çizin.

Takip süreci, müşteriyi elde etme yeteneğiniz kadar önemlidir. Mevcut müşterileri yenilerini bulmaktansa daha çok elde tutmak ve büyütme çok daha kolaydır. Bu nedenle, hizmetinizde ve hazırlıklarınızda satıştan önce olduğu kadar duyarlı olmanız gerekir!

## 5 Takip & Müşteri, İlişkileri Yönetimi

Takipler ve check-in'ler, gelecekteki fırsatları belirlemek, tavsiye almak ve bir sorun haline gelmeden önce zorlukları yakalamak için mükemmel bir süreçtir.

En proaktif satış profesyonelleri bile her müşterinin zorluklarını ya da ortaya çıkabilecek her sorunu düzeltemez. Hepimiz insanız ve hatalar kaçınılmaz olarak gerçekleşecektir. Bir satış uzmanı olarak, ortaya çıktıklarında müşteri sorunları ve şikayetleriyle etkili bir şekilde ilgilenecek araçlara sahip olmanız gerekir.

Çoğu kez, müşterinizin adına avukatlık etme yeteneğine sahip olacaksınız, bu da onları kazanmanıza yardımcı olacak ve ilişkinizi derinleştirmenizi sağlayacaktır. Dale Carnegie buna "Limonataya limon koyma" adını verdi.

### Bir Müşteri İlişkisiyle İlgili Satış Profesyonelleri Kılavuzu

**Dinleme:** Gerekçeleri dinleyin ve çok hızlı yanıt vermemeye çalışın. İnsanların endişelerinin duyulmasını istemesini sağlayın. Bu kritik derecede önemlidir.

**Soru:** Sorunu açıklığa kavuşturmak için sorular sorun. Bu, müşterinin anlaşıldığı noktayı pekiştirir. Ayrıca esas sorunu daha iyi anlamana yardımcı olur.

**Yastık:** Kişiyle empati kurup bir anlaşma noktası bulun. Dinlediğinizi ve onların endişelerinin önemini anladığınızı gösterin.

**Meseleyi sorun:** Şikayetin pratik yönlerini çözmek için tüm gücünüzle her şeyi yapın. Müşterinin savunucusu sizsiniz.

**Ek yardım teklif edin:** Görüşmede müşteriden başka neler yapabileceğinizi sorarak onu şikayetinden uzaklaştırın. İlişkileri geliştirmek ve müşteri sadakati oluşturmak için hataları bir fırsat olarak kullanın.

**Müşteri ilişkileri:** İlişkilerle Satış, uzun vadeli bir satış stratejisidir, zaman ve bağlılık gerektirir, ancak kotaları aşmanıza ve satış elde etmenize olanak tanıyan sürdürülebilir bir satış hattının temelini atmak çok uzun bir yol olacaktır.

"Bir satıcı elindeki malın ya da yaptığı hizmetin sorunlarımızın çözümüne yardımcı olacağını bize gösterse malını satmaya çalışmasına gerek kalmaz. Çünkü biz bu malı kendiliğimizden satın alırız. Müşteri kendisine bir şey satılmasından hoşlanmaz, satın almaktan hoşlanır." – Dale Carnegie

"İlgi çekici ise, ilgi duyulur."