

SATIŞ VE PAZARLAMADA ETKİLEME SANATI

İlk 4 saniye... Tanıştığınız kişiler üzerinde iyi bir izlenim bırakmak için 4 saniyeniz var. Vücut dili ve fiziksel görüntünüz ne kadar beğenildiğinizin ve tanıştığınız kişiler tarafından nasıl görüldüğünüzün anahtarıdır. Dolayısıyla görünümünüz; kariyerinizde, ilişkilerinizde ve hayatınızın tamamında "evet" ya da "hayır" yanıtlarını almanızı etkileyecektir.

Müşterinin kapısından içeri girerken bilgilerinizi beyninizde ve çantanızda saklıyorsunuz, bunlar bir sonraki adımdaki kozlarınızdır; ancak dış görüntünüzü saklayamazsınız. Giyiminiz, makyajınız, saatiniz, pantolarınız, mücevherleriniz, gözlükleriniz ve sizi tamamlayan her şey bir işi başlatabilir ya da yok edebilir. Kimi zaman bu, siz daha ağzınızı açmadan olabilir. Elbette ki tek başına yeterli olmayacaktır görünüm. Karşınızdakini etkileyip ikna etmek için hedefiniz öncelikle onu dinlemelisiniz, onu tanımaya çalışın ve konuşmasına izin verin. Eğitim durumunuzu, deneyiminizi ve pozisyonunuzu mutlaka ön plana çıkaran bir tavırda olun. İletişiminiz akıcı olmalı bu noktada konuşma hızınız önemli. Normalden biraz daha hızlı konuşulması tavsiye edilmektedir. Satmaya çalıştığınız ürün veya hizmetin sunumunu yaparken kanıtlara değinin, örneklemeler yapmanız konuya hakimiyetinizi gösterir. Bu da karşınızdakinde uzman olduğunuz hissini yavaş yavaş yaratmaya başlayacaktır. Sohbet esnasında müşteriye ne kadar şaşırtırsanız o kadar puan kazanırsınız. Sempatik olarak hiç şüphesiz satış ve pazarlamada en etkili silahlardan biridir. Uzman görünmenizi sağlamaz ancak karşınızdakinin durduğu noktaya inerek ona samimi ve sıcak sinyaller göndermeniz onun hoşuna gidecektir. Mizah kullanmanız da etkili rol oynayacaktır; satışta müşteriye keyiflendirirseniz kaleminin protokole doğru uzanması kolaylaşacaktır.

Satışı yaparken müşterilerinizden geleceği hayal etmelerini isteyin; satmaya çalıştığınız ürün veya hizmetin gelecekteki yerini düşlemeleri anlaşma sağlamanın en güçlü yollarından biridir. Satışta kapıya ayak koyma denilen bir teknik vardır. Bu metotta hedef; asıl sorunuzdan önce müşterinizin küçük bir ricaya ya da soruya "evet" yanıtını vermesidir. 90 dk. zamanınızı talep edecek otel tanıtımı yapan bir seyahat acentesi bedava tatil veya televizyon vereceklerini söylerler. Siz evet dediğiniz anda ise, "asla kabul etmem" dediğimiz ikinci teklifi kabul ederken görürsünüz kendinizi; kaldı ki hedef zaten ikincisidir satışı yapan kişi ya da kurum için.

Müşteriler ceplerinden para çıkması fikrinden normaldir ki hoşlanmazlar. Bu noktada silah, sunumu yapan satış uzmanının taktiklerinde bitiyor.

- Bu mini aynalar 50 tl.
- Bu mini aynalar 100 tl idi ama şimdi 50 tl.

İkinci örneklemedeki sunum müşteriye satın almaya ikna edecektir. Kullandığınız taktikler, sık görünümünüz her zaman iyi sonuçlar verecek diye bir şey yoktur. Zaman zaman müşterileriniz size basitçe "hayır" diyecek. "Şu anda ilgilenmiyorum" deyip geçiştirecektir.

Bu tipik bir yanıt bile değildir aslında biliyor muydunuz? “Hayır” ın tek anlamı; “şu anda bilinçaltım çalışmıyor, sadece tepki veriyor ve benim rahat olmamı sağlayan yanıt bu”. En zoru zaten her zaman ilk “evet” yanıtını almak. Sonrası çorap söküğü gibi gelecektir.

Zamanlamadan da bahsetmek gerek bu noktada; önemli olan satış esnasında nasıl sorduğunuz değil ne zaman sorduğunuzdur. Belki o ürünü ya da hizmeti almak için şu an hiç uygun bir zaman değil. Misal ‘ Cuma günleri’ ödemelerin yoğun oolarak aktarıldığı, finansal olarak şirketlerden para çıktısının yoğun yaşandığı gündür Cuma. Müşteri o gün birçok yere yapacağı ödemeleri düşünürken bir de sizin o anda satmaya çalıştığınız ürün ya da hizmet için nakit para istediğinizi duyunca ne yapacaktır müşteri? “Bu aralar çok yoğunuz” cevabı almanız an meselesi değil midir? Halbuki ödeme koşullarında sağlayacağınız kolaylıklar veya karşındakinin ruh halindeki o gerginliği anlayıp bunu sadece bir tanışma toplantısı gibi düşünürseniz ve en geç bir hafta sonraki görüşme için randevulaşarak ayrılırsanız satışın gerçekleşmesi olasılığı kaçır tahmin edebilir misiniz? % 80 in üzerinde.

Satışı yapmakla işimiz bitmiş mi oluyor peki? Kesinlikle hayır. Bize evet dediklerinde aslında bir nevi bizi satın aldılar ve bu sayede ürünü yada da hizmeti satın almış oldular öyle değil mi? Anahtar sözcüklerden en önemlisi “güvenle” bize sırtlarını dayayabileceklerini hissettiler. Peki biz daima orada mıyız? Seri yanıt verebiliyor muyuz müşterimize? Satışı yapmanın ötesinde yardımcı oluyor muyuz onlara? Satış sonrası en az satış kadar değerli bir süreçtir ve doğru kullanılması devamlılığı getirecektir.

Müşteriler nasıl satın alır?

- Değer etkisi
- Beklenti etkisi
- Referans etkisi
- Tanınma etkisi
- İhtiyaç etkisi
- Sunum etkisi

*Tüm satın olma kararlarında en belirleyici faktörün bu olduğunu tekrarlayalım. Anahtardır sunum; evet demeyi hayır demekten kolay bir hale getirmeyi öğrenmelisiniz.

Satış, sabır gerektirir. Sabırlı olmak sizi kendine güvenli ve kararlı yapacaktır. Ve eninde sonunda sizi başarıya ulaştıracak akılcı bir bakış kazandıracaktır. İnsanların size sevgiyle bakıp saygı duyması için kendinizi sevin, sürekli gelişime açık olun. Satışın yenilenebilen bir oluşum olduğunu unutmayıp her sektörden bilgi birikimi yaparak sunumlarınızı kuvvetlendirin.

Bol ve kaliteli satışlar için, gülüyüz ve bilgiyi harmanlayın; başarı kaçınılmaz olacaktır.

Şeyda YILDIRIR