



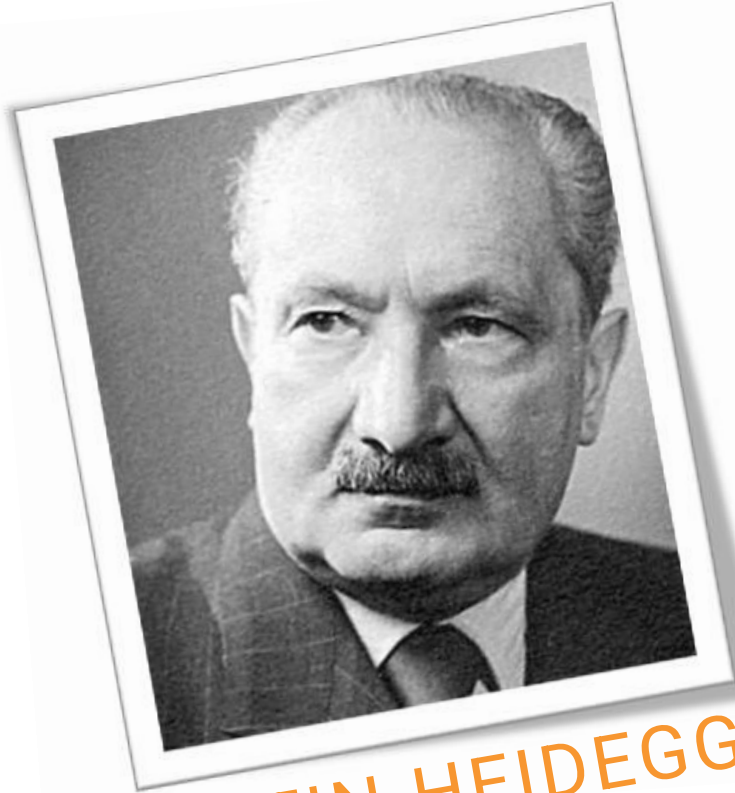
TEMEL SATIŞ EĞİTİMİ

Kurumsal Eğitmen Volkan AKAN

TANIŐALIM

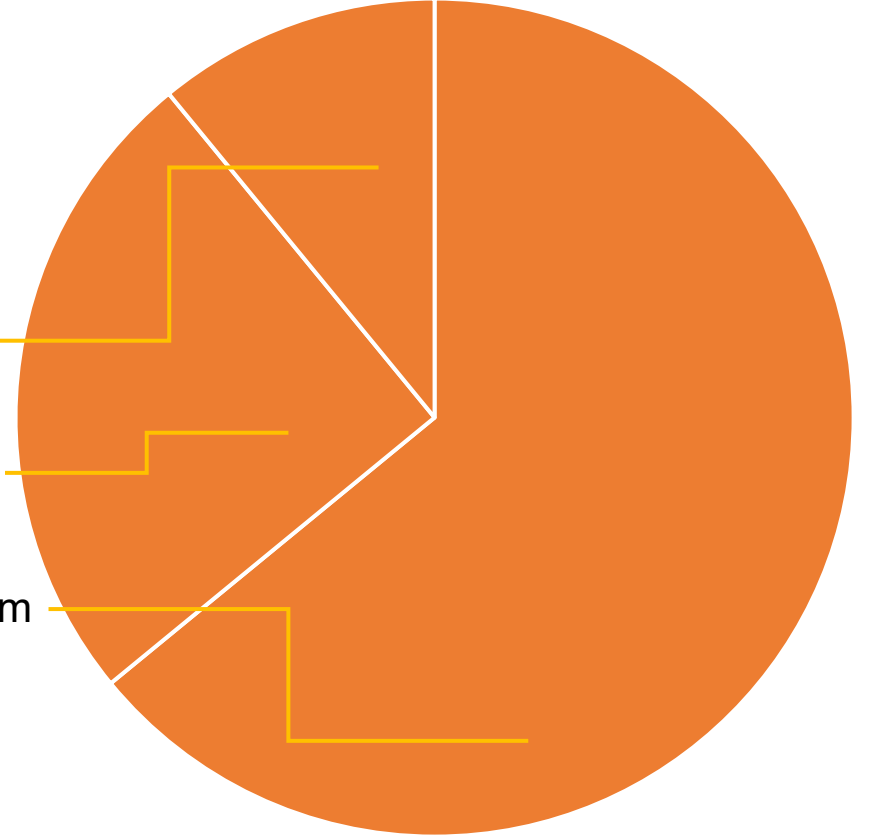
Kur. Eğitmen Volkan AKAN

volkan.akan@egitimisi.com



MARTIN HEIDEGGER

- Bildigimi - Bildigim
- Bilmediigimi - Bildigim
- Bilmediigimi - Bilmediigim



Öğrenim Hedefleri

Satışın Tanımı?

İhtiyaç Kavramı ve Satış Terimleri

Hedef Yönetimi,

Satış Yetkinlikleri,

Satış Sürecinde Yapılması Gerekenler,

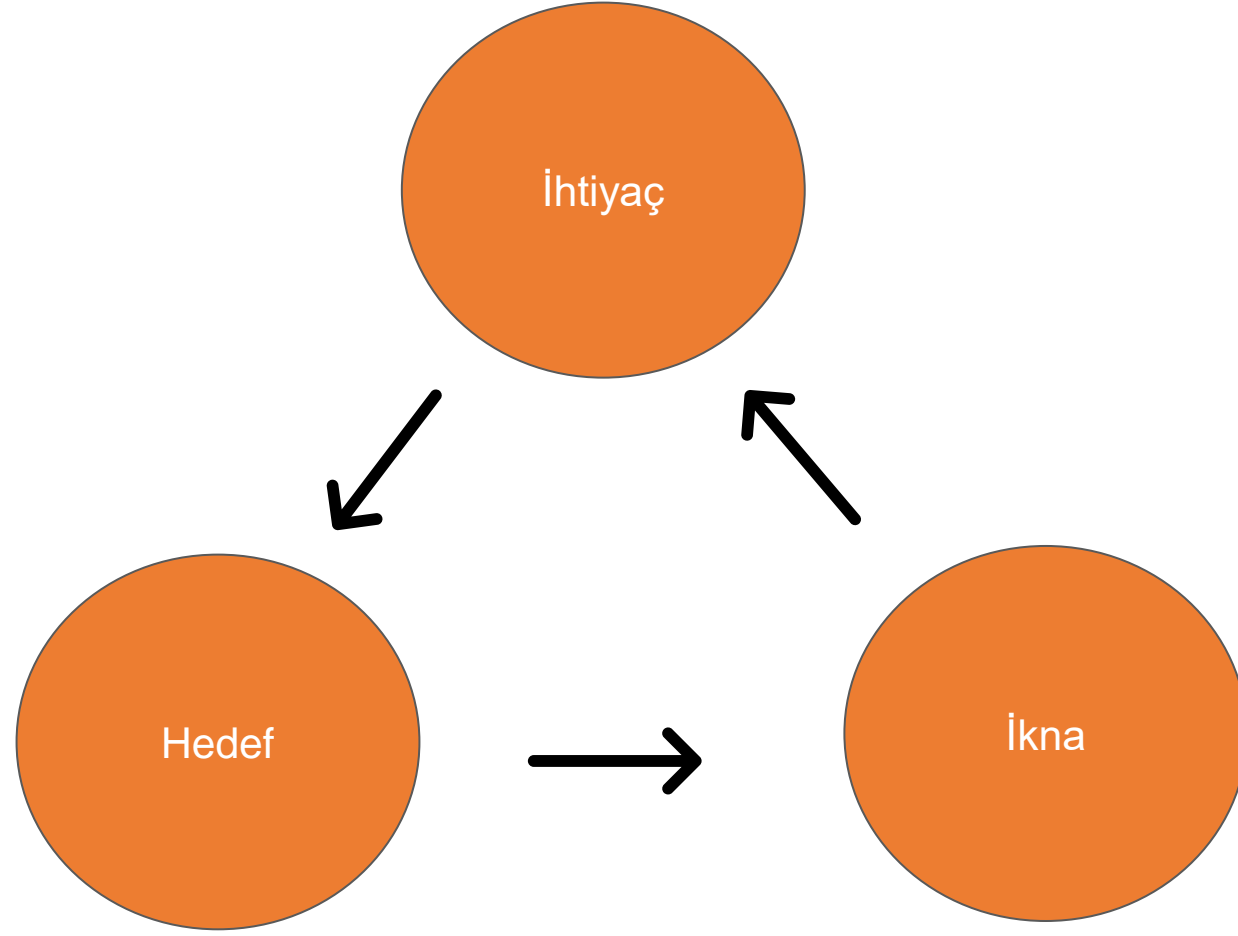
1.Bölüm

Satışın Tanımı?

- Satış Nedir?
- Satışın Bileşenleri Nelerdir?
- İhtiyaç Kavramı
- Satışta Denge Noktası

Satış Nedir?

- İhtiyaç, istek ve sorunları ortaya çıkarıp, bunları ürün ve hizmetlerinizin faydalarıyla birleştirerek, müşterilerin satın almalarına yardımcı olmak.



İHTİYAÇ

- Tatmin edildiğinde, karşılandığında haz veren hislere **ihtiyaç** denir.

Zorunlu İhtiyaç

- Su
- Gıda
- Barınma
- Giyinme

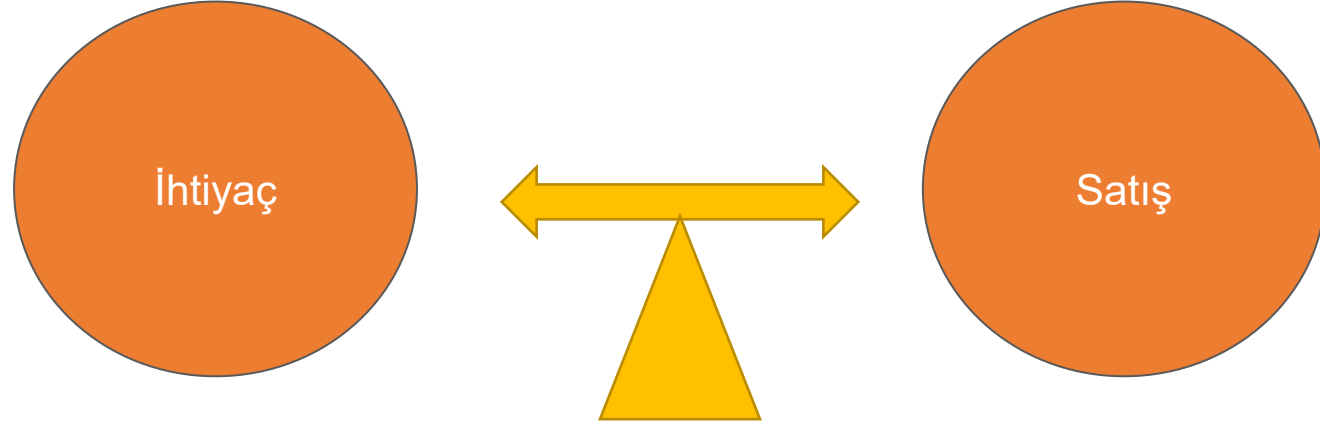
Duygusal İhtiyaç

- Kültürel Faaliyetler
- Tatil & Dinlenme
- Eğlenme

İhtiyacın Özellikleri

- İhtiyaçlar karşılandıktan belirli bir süre sonra tekrarlanırlar.
- İhtiyaçlar ve ihtiyaçları tatmine yarayan araçlar ikame edilebilir.
- İhtiyaçlar sınırsızdır.

İhtiyaç & Satış İlişkisi



Satış
Denge Noktası

- Fiyat
- Ulaşılabilirlik
- Satış sonrası hizmet
- Kalite

Şirket

Müşteri

Denge Noktası

Kazanımlar

- Satışın Tanımı
- İhtiyaç Yoksa Satış olmaz.
- İhtiyaçlar İkiye Ayrılır.
- Denge Noktasının Değişkenleri Vardır.

2.Bölüm

İhtiyaç Kavramı ve Satış Terimleri

- İhtiyacın Önemi Nedir?
- Upsale
- Crossale
- Pazarlama Satış Arasındaki Fark Nedir?

Satış Terimleri

- İhtiyaç, istek ve sorunları ortaya çıkarıp, bunları ürün ve hizmetlerinizin faydalarıyla birleştirerek, müşterilerin satın almalarına yardımcı olmak.



SATIŞ

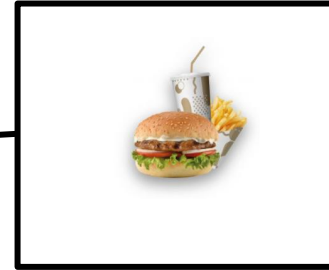


Upsale



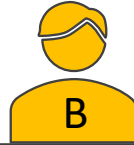
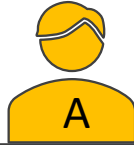
Crossale

İhtiyaç



İhtiyaç

₺2.962,50 ₺1.603,70
375 203



SATIŞ



İhtiyaç

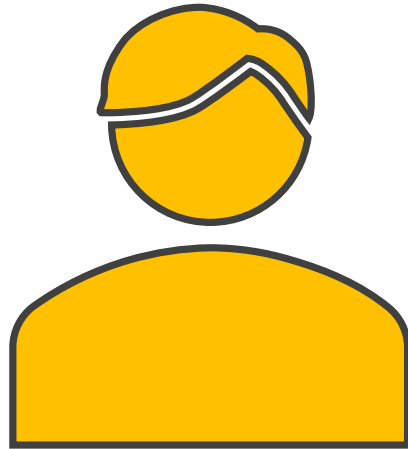
İkna

İhtiyaç

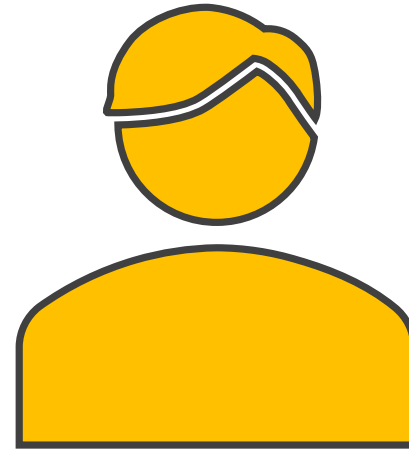
Hedef

- Hedefler zaman içinde periyodik olarak değerlendirilmeli; gelişmelere göre uyarlamalar yapılmalıdır.

PAZARLAMA



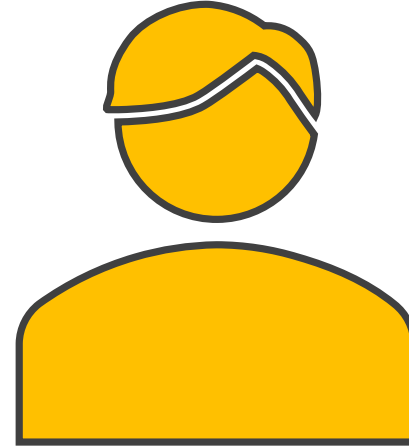
SATIŞ



PAZARLAMA



SATIŞ



Kazanımlar

- İhtiyacın Önemi.
- Upsale.
- Crossale.
- Pazarlama ve Satış Arasındaki Fark.

3.Bölüm

Hedef Yönetimi,

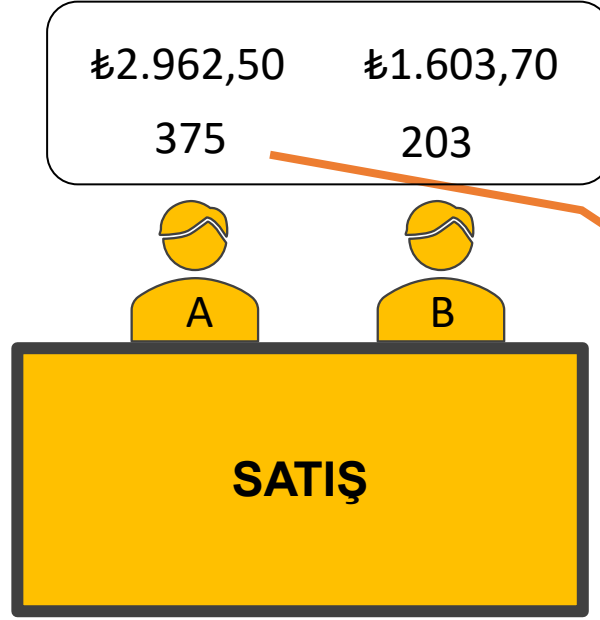
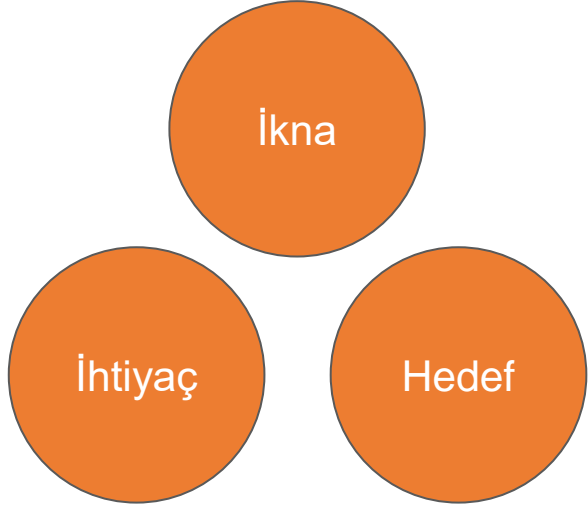
- Grup Hedefleri Nasıl Olmalı?
- Örgütsel Performansı Neden Ölçmeliyiz?
- Bireysel Hedefin Önemi.

Hedef Nedir

- Ulaşılmak ya da elde edilmek istenen yer, sonu.

Örgütsel Performansı Neden Ölçmeliyiz?

- Gıda sektöründeki başarı KDV hariç sepet ortalamasıyla ölçülüyor?
- Sepet ortalaması 50 - 55 TL
- Kar marjı yüksek olan ürünler neler?
- Sepet ortalamasını nasıl hangi ürünlerle yükseltebiliriz?
- Müşteriler yan ürünleri bilemeyebilir.
- Satamıyorsanız sorun yok, önermiyorsanız sorun var,



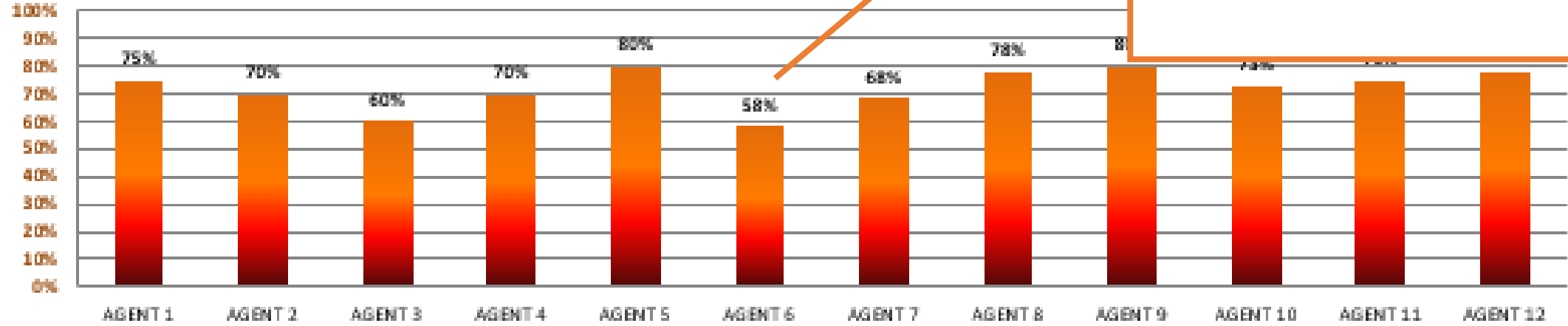
İhtiyaç

- Hedefler zaman içinde periyodik olarak değerlendirilmeli; gelişmelere göre uyarlamalar yapılmalıdır.

Yapılan pilot çalışmada 12 katılımcının evren grup üzerinden karma çağrı analizi yapılmıştır.

AGENT 1	Pizza_Lazza_Call_Center					Kuyruk Aramasi
AGENT 2	Pizza_Lazza_Call_Center					Kuyruk Aramasi
AGENT 3	Pizza_Lazza_Call_Center					Kuyruk Aramasi
AGENT 4	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 5	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 6	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 7	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 8	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 9	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 10	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 11	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi
AGENT 12	Pizza_Lazza_Call_Center	1/Çeyrek			505XXX	Gelen Kuyruk Aramasi

KİŞİ BAŞARILARI



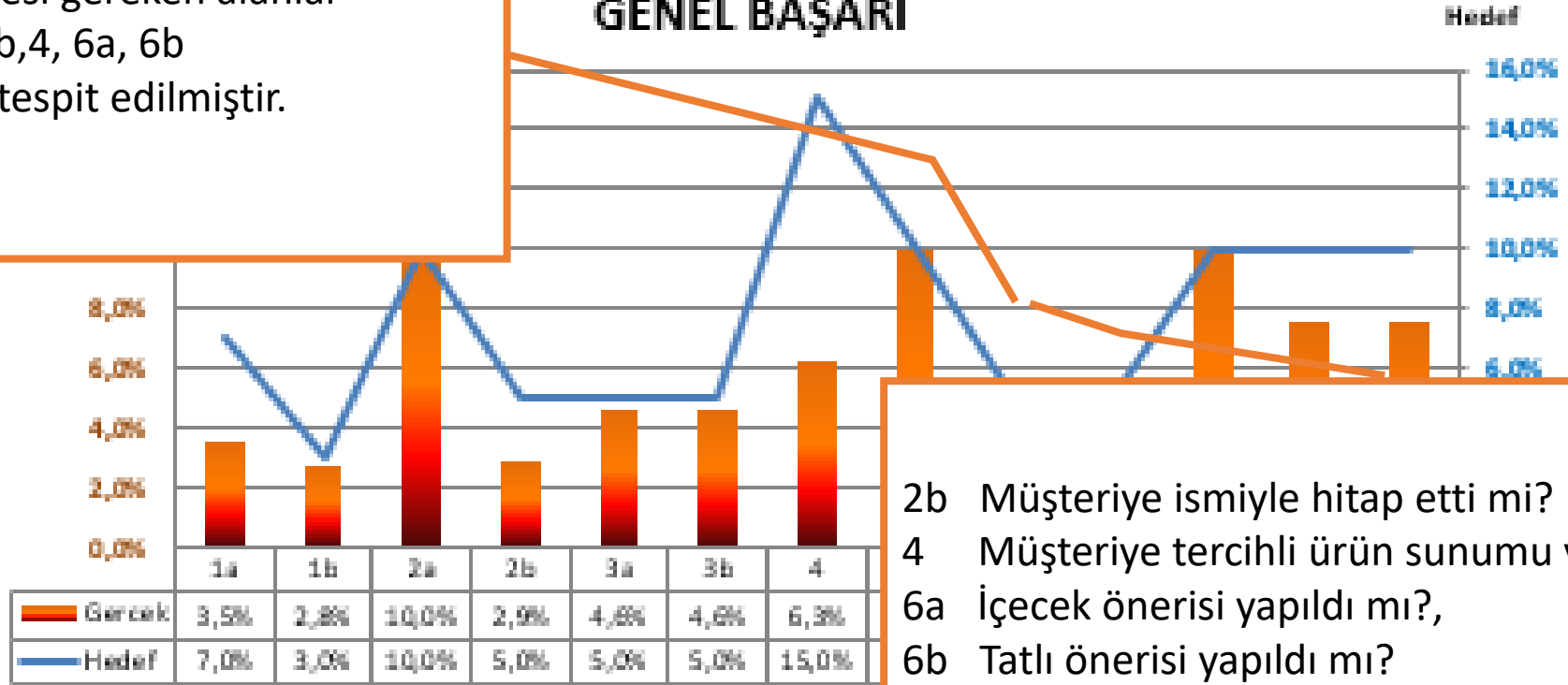
Analiz sürecinde 9 ana madde 13 alt başlıktan oluşmaktadır.

Eğitim öncesi yapılan takip alışmasında grup sunu ortalamasının %72,1 olduğu gözlemlenmiştir.

İSME	BÖLGE	TARİH	UNVAN	DEĞERLENDİRME PUANI
				72,1%
AGENT 1	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		75%
AGENT 2	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		70%
AGENT 3	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		60%
AGENT 4	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		70%
AGENT 5	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		80%
AGENT 6	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		58%
AGENT 7	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		68%
AGENT 8	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		78%
AGENT 9	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		80%
AGENT 10	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		73%
AGENT 11	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		75%
AGENT 12	Pizza_Lazza_Call_Center	9.09.2021		78%

Geliştirilmesi gereken alanlar
2b,4, 6a, 6b
Olarak tespit edilmiştir.

GENEL BAŞARI



2b Müşteriye ismiyle hitap etti mi? ,
4 Müşteriye tercihli ürün sunumu yapıldı mı?,
6a İçecek önerisi yapıldı mı?,
6b Tatlı önerisi yapıldı mı?

Görüşme Analizi

1. OLUMLU ZİHİNSEL TUTUM

Görüşme süresi boyunca enerjik ve canayakın bir ses tonu ile konuştu mu?

Evet

Cümlelerinde olumlu ifadeler kullanıyor mu?

Evet

2. AÇILIŞ

Kendisini tanıttı mı? / Yardımcı olabilme talebini ilettili mi?

Evet

Müşteriye ismiyle hitap etti mi?

Evet

3. ONAY ALMA

Teyid süreci çalıştı mı?

Evet

Müşteri bilgileri kontrol edildi mi?

Evet

4. SATIŞ (ÇAPRAZ SATIŞ ÖNERİLERİ SUNULDU MU?)

Müşteriye tercihli ürün sunumu yapıldı mı?

Hayır

5. KAMPANYA

Kampanya bilgilerine sahip mi?

Evet

6. SATIŞ

İçecek önerisi yapıldı mı?

Hayır

Tatlı önerisi yapıldı mı?

Hayır

7. KAYIT BİLGİLERİNİ DOĞRU ALMA / TEYİD

Kayıt ve güncelleme sırasında bilgiler eksiksiz alınarak teyid edildi mi?

Evet

8. ÖDEME ŞEKLİ

Görüşmenin finalinde müşteriden ödeme tercihi alındı mı?

Evet

9. ZAMAN BİLGİSİ

Siparişin ulaşma süresi hakkında bilgi verildi mi?

Evet

Analiz sürecinde 9 ana madde 13 alt başlıktan oluşmaktadır.

%10 Ağırlıklı

5%

5%

5%

5%

%15 Ağırlıklı

15%

%0

%10 Ağırlıklı

10%

10%

%10 Ağırlıklı

5%

%0

5%

%0

%10 Ağırlıklı

10%

10%

%10 Ağırlıklı

10%

10%

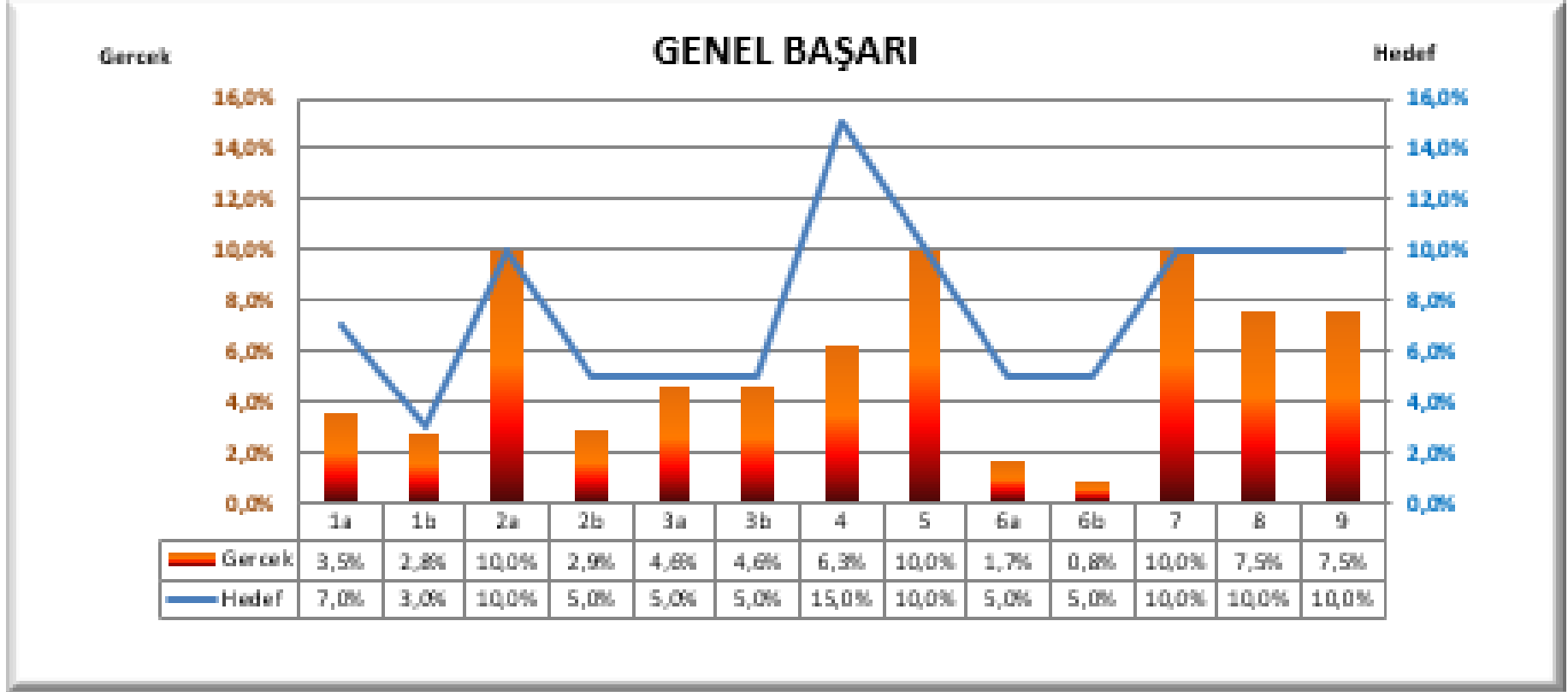
%10 Ağırlıklı

10%

10%

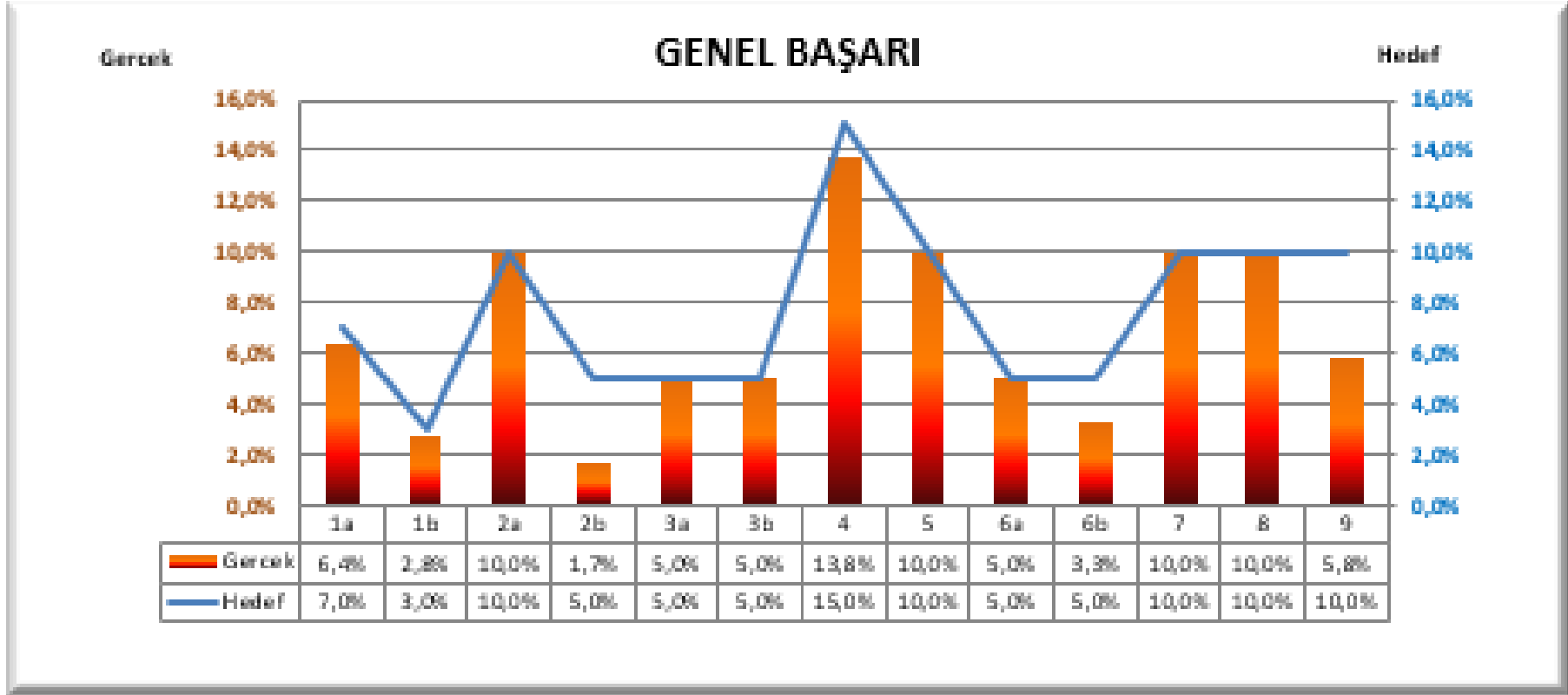
1.Çeyrek Raporu

DEĞERLENDİRME PUANI
72,1%
75%
70%
60%
70%
80%
58%
68%
78%
80%
73%
75%
78%



3.Çeyrek Raporu

DEĞERLENDİRME PUANI
88,8%
95%
90%
85%
90%
85%
85%
95%
85%
80%
90%
100%
85%



GELEN ÇAĞRI SAYISI	ÇALIŞTIĞI GÜN SAYISI	ÇALIŞTIĞI GÜNE GÖRE ORAN	ÇAĞRIYA GÖRE ORAN	YAN ÜRÜN ADET	CİRO
2386	18	16,83	0,13	303	₺2.393,70
2311	19	19,74	0,16	375	₺2.962,50
2443	19	22,16	0,17	421	₺3.325,90
1905	19	10,68	0,11	203	₺1.603,70

YAPILACAKLAR

- **Hedef Belirleyin:** Hedefinizi net olarak belirleyin. Aylık, haftalık, günlük, saatlik.
- **Hedefinizi Duyurun:** Hedefleriniz için hızlı harekete geçmek istiyorsanız çevrenizdeki kişilere hedefinizi duyurun.
- **Plan Yapın:** Hedefinizi yazılı hale getirin.
- **Destek Alın:** Size yardım edebileceğini düşündüğünüz kişilerden geri bildirim alın.
- **Modelleyin:** Srecinizde başarılı olan takım arkadaşlarınızı gözlemleyin.

5. Bölüm

Satış Yetkinlikleri,

- Ses Tonu ve Yaklaşım.
- İkna Süreci
- Soru Sorma Teknikleri.
- Yukarı Satış.

Ses Tonu

- Müşterimizle görüşme yaparken ses tonumuza dikkat etmeliyiz ve ses tonumuzu etkili kullanmalıyız. Satışta en önemli enstrümanlardan biri sesimizdir.
 - Hevesli, cana yakın olmalı.
 - Sıcakkanlı, olumlu olmalı.
 - Hızı iyi ayarlanmış olmalı.
 - İlk çağrımış gibi cevap verilmeli.
 - Sesimizdeki gülümseme çağrıya yansımali.

İkna Süreci

$$\text{SATIŞ} = \text{İHTİYAÇ} - \text{İTİRAZLAR} + \text{SATIŞ YETENEĞİ}$$

Adres

Sipariş

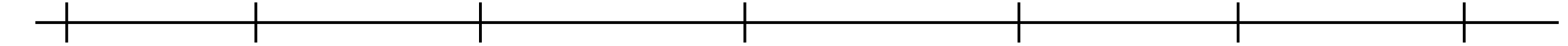
Çapraz?

Öneri Satış Ekranı

Teyit

Ödeme Bilgisi

Zaman Bilgisi



Müşteri

Öner

Soru Sor

Çapraz?

Öneri Satış Ekranı

Satış

Soru Sorma Teknikleri

İyi Soruların Önemi

- Müşterimizin ihtiyaçlarını ortaya çıkarmamıza ve potansiyel müşteriye kalifiye etmemizi müşterimizle uyumlu ilişki kurmamıza ve konuşmanın kontrolünü elimizde tutmamıza yardımcı olur.
 - Bilgi almak,
 - Bilgi Vermek,
 - Karara ulaşmak,
 - Konuya dikkat çekmek,
 - Müşteriyi anlamak.

Soru Sorma Teknikleri

- Kapalı Uçlu Sorular.
- Açık Uçlu Sorular.
- Yönlendirici Sorular.

Soru?

Siparişinize ek olarak tatlı, dondurma, 12'li ıtıp top 4'lü nugget, 8'li soğan halkası ister misiniz?

Kapalı Ulu Soru

Evet

Hayır

Soru?

XXXXXXXX Hanım / Bey) siparişinizin yanında içecek / XXXXXXXX mı alırsınız XXXXXXXX mı?

Yönlendirici Soru

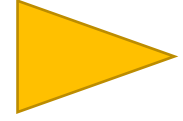
Kola

Ayran



CROSSALE SUNUMLARI,

- XXXXXXXX Hanım / Bey, siparişinizin yanında içecek / XXXXXXXX mı alıyorsunuz XXXXXXXX mı?
- XXXXXXXX Hanım / Bey, siparişinizin yanında / XXXXXXXX mı alırsınız XXXXXXXX mı?

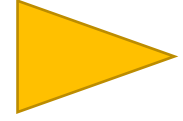


UPSALE SUNUMLARI,

ÜRÜN ÇIKARTMAK

Pizzamdan mantarın çıkarılmasını istiyorum.

XXXXXXXXXX Hanım / Bey çıkan mantarın yerine XXXXX seçeceğiniz ilave başka bir ürünü ekleyebiliyorum bilginiz olsun.

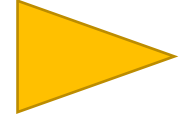


İLK SİPARİŞE İSTİNADEN

XXXX Bey / XXXXX Hanım, Önceki siparişlerinizde XXXXXX hiç denemiş müşterilerimize de XX TL'den gönderimini sağlayabiliyorum.

FİYAT HASSASİYETİ OLAN MÜŞTERİYE

XXXXX yanında XXXXX aldığınızda daha **ekonomik** olacak.



ÖNCEKİ SİPARİŞİNE İSTİNADEN

XXXXXXXX Hanım / Bey, bir önceki siparişinize istinaden XXXXXXXXX _ XX TL'ye sepetinize ekleye biliyorum.

XXXXXXXX Hanım / Bey, bir önceki siparişinize çıtır top sipariş etmişsiniz beğendiniz mi? Memnun kalmış mıydınız<*?

EVET onayı aldıysan,

Hazırda 100 gr veya 200 gr mevcut gönderebilirim.

Kazanımlar

- Ses Tonu ve Yaklaşım.
- İkna Süreci
- Soru Sorma Teknikleri.
- Yukarı Satış.

TEŐEKKÜRLER

Kur. Eğitmen Volkan AKAN



/volkan_akan



/egitimisleri