

SATIŞ NÜMAYƏNDƏSİ



Satış heyəti, satış menecerləri,
müşəriyə xidmət heyəti,
təlimçilər və birbaşa satışın
təşkili ilə məşğul olan
hər kəs üçün
faydalı məsləhət,
alət və üsullar

Klayv Bonni

"Kitab çevik tətbiq edilə bilən praktiki məsləhətlərlə zəngindir".

**Mayk Bennet, "Nestlé"
şirkətinin satış üzrə
direktoru**

"Yeni müştərilər qazanmağın və qazanılmış müştəriləri həmişəlik əldə saxlamağın kiçik sirlərini öyrədir".

**Qeri Cenison, "Barclays"
şirkətinin satış üzrə
direktoru**

"Ssenarilərin əksəriyyətini əhatə edən və özünü doğrultmuş məsləhətlərlə zəngin bu vəsait satış nümayəndəsinin müqəddəs kitabıdır".

**Mik Qordon, "Sound
Approach Ltd" şirkətinin
idarəetmə üzrə direktoru**

SATIŞ NÜMAYƏNDƏSİ

First published as the Salesperson Pocketbook by Clive Bonny. (c) Clive Bonny, 2002. Azerbaijani translation published by arrangement with Management Pocketbooks Ltd.



**COPYRIGHT
NOTICE**
Please Read

The contents of this electronic book (text and graphics) are protected by international copyright law. All rights reserved.

The copying, reproduction, duplication, storage in a retrieval system, distribution (including by email, fax or other electronic means), publication, modification or transmission of the book are **STRICTLY PROHIBITED** unless otherwise agreed in writing between the purchaser/licensee and Management Pocketbooks.

Depending on the terms of your purchase/licence, you may be entitled to print parts of this electronic book for your personal use only. Multiple printing/photocopying is **STRICTLY PROHIBITED** unless otherwise agreed in writing between the purchaser and Management Pocketbooks.

If you are in any doubt about the permitted use of this electronic book, or believe that it has come into your possession by means that contravene this copyright notice, please contact us.



**MANAGEMENT
POCKETBOOKS**

Wild's Yard, The Dean,
Alresford, Hampshire
SO24 9BQ UK

Tel: +44 (0)1962 735573
Fax: +44 (0)1962 733637
sales@pocketbook.co.uk
www.pocketbook.co.uk

MÜNDƏRİCAT



PLANLAŞDIRMA

Satış planı; məqsədlər; əsas nəticələr; hədəflər; əsas fəaliyyətlər; mövqə; bacarıqlar; bilik; faydalar; resurslar; tərəfdaşlıq; vaxtın idarə olunması

1



POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

Məlumat mənbələri; fərdiləşdirilmiş poçt göndərişi; telefonla əlaqə; görüşlərin təyin edilməsi; telefonla satış; söz seçimi; qarşılıqlı anlaşma; etirazlara cavab; yoxlama siyahısı

23



DƏQİQLƏŞDİRMƏ

Daxil olan telefon zəngləri; satışla əlaqədar daxil olan zənglər; ilk görüşlər; qərar qəbul etmə prosesi; səlahiyyət sahibləri; dörd şəxsiyyət tipi

39



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

Ehtiyacların təhlili; suallar; cavablar; fəal dinləmə; texniki-iqtisadi əsaslandırma; xərc-fayda; yoxlama siyahısı

51



TƏQDİMETMƏ

Hazırlıq; alətlər; məqsədlər; məzmun, zamanlama; ilkin hazırlıq; təqdimat; auditoriyaya nəzarət; auditoriyanın sualları; yazılı təkliflər; üçüncü tərəflərin vasitəçiliyi; sərgilər

65



ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

Satınalma meyarları; təşəbbüskarlığı qorumaq; etirazlar; danışıqların aparılması; yekunlaşdırma; etik qaydalar

85



TƏNZİMLƏMƏ

Müştəriyə xidmət; yönləndirmə; məmnuniyyətin araşdırılması; şikayətlərin həll edilməsi

97

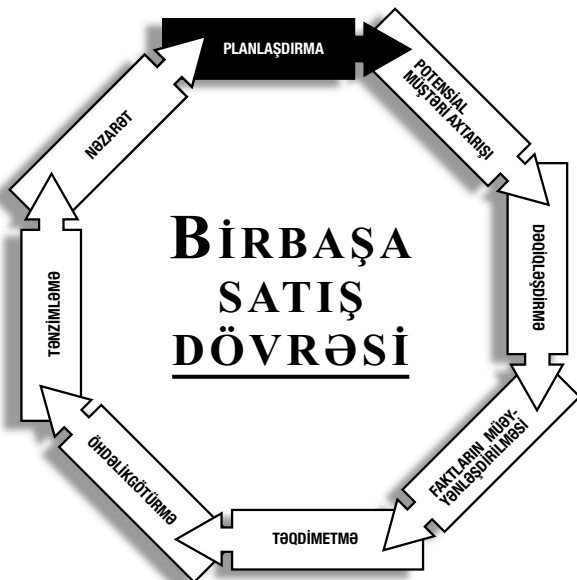


NƏZARƏT

Proqnozlaşdırma; hesabatlar; aktivlik əmsalları; ödənişlərin alınması; münasibətlərin idarə edilməsi; yeni biznesin inkişaf etdirilməsi; son söz

105





PLANLAŞDIRMA

SATIŞ PLANI



Satış planının hazırlanmasında birinci qayda: **"KISS"** ("**Keep It Short & Simple**"), yəni yığcam və sadə mətn hazırlayın.

1. **Xülasə**
2. **Tarixçə**
3. **Hədəflər**
4. **Metodlar**
5. **Resurs ehtiyacları**
6. **Potensial problemlər**
7. **Gözlənilməz hallar**
8. **Əks-əlaqə**
9. **Xərclər və gəlirlər**

Öncəliyi və müddəti müəyyən edilmiş əsas nəticələr və fəaliyyətlər
Müştərilərin, potensial müştərilərin və rəqiblərin bazar fəaliyyəti üzrə profili
Müştərilərin adları, ("A-B-C" dərəcələri üzrə qiymətləndirilmiş) potensial
müştərilər və onlara zəng planı
Ərazinin marşrutları, tamamlanma
müddəti və xüsusi layihələr
Avadanlıq, dəstək heyəti və təlim
Bəs birdən?..
Ehtiyac duyulan tədbirlər
Hesabat kanalları və hesabatvermə
sürəkliliyi
İnvestisiya üzrə "geri ödəmə"lərin
proqnozlaşdırılması

Diqqətinizi MƏQSƏDLƏRİNİZ və müştərilərin ehtiyacları cəmləşdirin.



PLANLAŞDIRMA

MƏQSƏDLƏR

MÜŞTƏRİ BAZASININ GENİŞLƏNDİRİLMƏSİNƏ DOĞRU 10 ADDIM



Addım-addım icra edin.



PLANLAŞDIRMA

ƏSAS NƏTİCƏLƏR

YUXARIDAN AŞAĞIYA
DOĞRU İRƏLİLƏYİN.

Siz müəssisənizin nailiyyətlərinin əsasını təşkil edirsiniz.

Əsas nəticələr olmadan yaxşı işi qiymətləndirə bilməzsiniz.

**NƏ DƏ BİR BAŞQASI
BUNU EDƏ BİLƏR!**

Əsas dəyərlər
Müəssisənin missiyası
Korporativ strategiya
Rəhbərinizin məqsədləri
Əsas nəticələriniz
Əsas fəaliyyətləriniz



PLANLAŞDIRMA

HƏDƏFLƏR

QARŞINIZA BÖYÜK ("MEATY") HƏDƏFLƏR QOYUN.

Planlaşdırma zamanı diqqətinizi BÖYÜK ("MEATY") hədəflərə yönəldin.

"**M** easurable" – ölçülə bilən

"**E** ssential to the job" – iş üçün vacib olan

"**A** chievable" – əldə edilə bilən

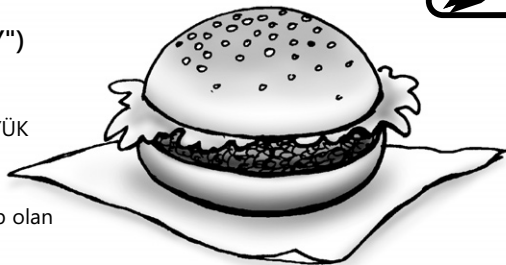
"**T** imetabled" – müddəti müəyyən edilmiş

"**Y** our commitment" – öhdəliyiniz

Misallar

- Rüblük proqnozunuzu ən azı 75 % dəqiqliklə icra edin.
- Ödənilməmiş borcları 45 gün ərzində ödəyin.
- Hər ay minimum 10 000 AZN gəlir qazanın.
- Müştərilərin şikayətlərini bir həftə ərzində yazılı şəkildə həll edin.
- Daxil olan zənglərin hamısına dördüncü siqnal səsindən gec olmayaraq cavab verin.

AMMA: daşıya bilməyəcəyiniz yükün altına da girməyin!



PLANLAŞDIRMA

ƏSAS FƏALİYYƏTLƏR

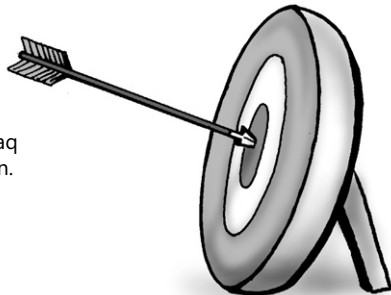


Qarşınıza əsas nəticələrin vacib komponenti olan "BÖYÜK" fəaliyyət hədəfləri qoyun.

Misallar

- Ay sonunda sifarişin mümkünlüyü barədə məlumat verin.
- Hər bir sifariş üzrə ilkin ödəniş alın.
- Hər ay xərcləri əsaslandırılmış, ən azı, 10 təklif göndərin.
- Daxil olan şikayətlərin hamısını 2 gün ərzində cavablandırın.
- Hər gün 09:00 – 17:30 arasında davamlı olaraq telefon zənglərinə cavab verəcək heyət qurun.

Haraya nə vaxt gedəcəyinizi bilmirsinizsə, heç vaxt mənzil başına çata bilməzsiniz!



PLANLAŞDIRMA

MÖVQE



Ən yaxşı resursunuz **özünüzsünüz**:

Şəxsi
MÖVQEYİNİZ,
BACARIĞINIZ və
BİLİYİNİZ
olsun.



Yarısı yeyilib.

Yarısı qalıb

PLANLAŞDIRMA

MÖVQE



Entuziazm uğurun nəticəsi deyil, səbəbidir.

Qaliblər: **BACARIR;**
ETMƏK İSTƏYİR və
EDİR.

Qaliblər problemləri maneə olaraq deyil, həll fürsətləri olaraq görürlər.



PLANLAŞDIRMA

BACARIQLAR

FƏALİYYƏTİN BÜTÜN MƏRHƏLƏLƏRİNƏ AİDDİR.



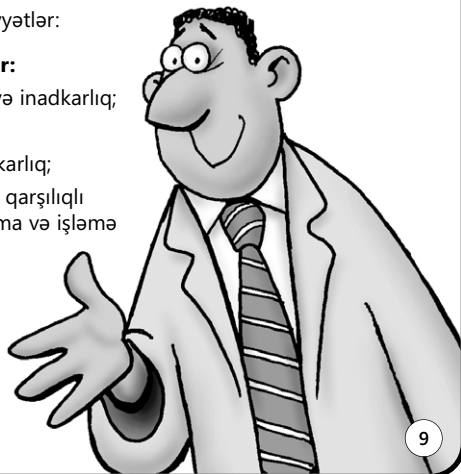
Uğur qazana bilmək üçün lazım olan şəxsi keyfiyyətlər:

Vacibdir:

- dəyişikliklərə və ya gərgin vəziyyətlərə davamgətirmə;
- dürüstlük;
- enerji;
- strateji məlumatlılıq;
- problemi həlletmə bacarıqları.

Arzuolunandır:

- qətiyyət və inadkarlıq;
- həssaslıq;
- təşəbbüskarlıq;
- insanlarla qarşılıqlı əlaqəqurma və işləmə bacarığı;
- əminlik.



PLANLAŞDIRMA

BİLİK



Aşağıdakıları bilməyiniz vacibdir:

- müəssisənin missiyası;
- strategiya;
- menecerinizin məqsədləri;
- əsas nəticə və fəaliyyətləriniz;
- məhsul və xidmətlər;
- fəaliyyət prinsipləri və prosedurları;
- səravi heyət;
- müştərilərin ehtiyacları;
- digər təchizatçılar.



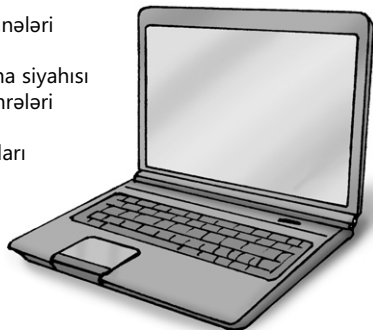
PLANLAŞDIRMA

BİLİK



Məlumatları yadda saxlaya bilmirsinizsə, onları özünüzlə "**daşıyın**".
Notbukunuzun **alətlər dəstindən** istifadə edin.

- Qiymətqoyma
- Müştərilərin rəyləri
- Broşürlər
- Hesablama cədvəlləri
- Xidmət müqavilələri
- Ticarət şərtləri
- Xərc-fayda nümunələri
- Vizit kartları
- Sorğunun yoxlama siyahısı
- Əsas telefon nömrələri
- Rəqiblərin təhlili
- Müştəri protokolları



Bu məlumatları vaxtaşırı yeniləməyi unutmayın!

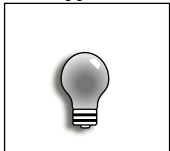
PLANLAŞDIRMA

FAYDALAR



- Xüsusiyyətlərə deyil, **faydalara** fikir verin: xüsusiyyətlə faydanın fərqi başa düşün.

Xüsusiyyət



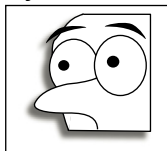
Nədir: elektrik lampasıdır.

Üstünlük



Nə edir: işıq verir.

Fayda



Faydası nədir: Görməyinizə kömək edir.

- "Bəs bunun onlara nə faydası var?" sualını sınaqdan keçirin.

PLANLAŞDIRMA



FAYDA BƏYANATLARI

ÖNCƏLİK VERMƏK VƏ KƏMIYYƏTCƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏK

Öncəlik vermək:

Bu nə dərəcədə vacibdir?

Kəmiyyətə qiymətləndirmək:

Nə qədər qənaət edəcək?

Fayda bəyanatlarını potensial müştərilərinizin maraqlarına uyğun hazırlayın. Onlara "siz" deyər müraciət edin.

Aşağıdakılara toxunun:

- şəxsi **istəklər** – nüfuz, itki və ya zərər qorxusu;
- müəssisənin **ehtiyacları** – daha çox mənfəət, daha az xərc;
- onların **işlə əlaqədar olan məqsədləri**.



PLANLAŞDIRMA

RESURLAR



Rəhbəriniz

- Onun təcrübə və biliyindən istifadə edin.
- Problemlər barədə onu əvvəlcədən xəbərdar edin.

Komanda toplantılarınız

- Toplantılarınızı satışın qızgın olmadığı vaxtlarda keçirin.
- Toplantı gündəliyinin məsələlərini əvvəlcədən planlaşdırın.
- Fəal dinləyici olun.
- Danışanın sözünü kəsməyin.
- Konstruktiv irad olmadan tənqid etməyin.
- Yekunda görüləcək tədbirin kim tərəfindən və hansı müddət ərzində icra ediləcəyi ilə bağlı ümumi razılığa gəlin.

PLANLAŞDIRMA

RESURLAR



Komandadakı həmkarlarınız

- Onlarla təcrübə mübadiləsi aparın.
- Onları işləyərkən müşahidə edin.
- Onları sizə kouçinq verməyə dəvət edin.
- Onları tərifləyin.

Sırası heyət

- Məqsədlərinizi onlara izah edin və onların məqsədlərini də başa düşün.
- Real olmayan son möhlet tarixləri təyin etməyin.
- Onların müştərilərə dair bildiklərini mənimsəyin.
- Onlara təşəkkür edin.



PLANLAŞDIRMA

TƏRƏFDAŞLIQ ƏLAQƏLƏRİ

ÖZÜNÜZÜ ONLARIN YERİNƏ QOYUN

Müştərilər sizi **tərəfdar**,
yoxsa **tərəfdaş** kimi görürlər?



Tərəfdaşlıq satışının mərhələləri:

MÜŞTƏRİ

Problem müəyyən edilmir.



SATIŞ NÜMAYƏNDƏSİ

Müəyyən edilir.



TƏDBİR

Birgə müəyyən edilir.

Problem müəyyən edilir.



Ölçülür.



Birgə tədbir görülür.

PLANLAŞDIRMA

TƏRƏFDAŞLIQ ƏLAQƏLƏRİ



Strategiyanız hər iki tərəf üçün sərfəli nəticəni təmin etməlidir.

- Taktika:
- diqqətinizi böyük məsələlərə yönəldin;
 - müştərinin əldə edəcəyi maddi faydaları kəmiyyətlə ifadə edərək təklif edin;
 - faydaları ölçmək üçün nəzarət sistemi yaradın;
 - müştərilərə məxsusi xidmət göstərin və məxsusi davranış nümayiş etdirin;
 - müştərilərlə onların "öz dilində" danışın;
 - həddən çox şey satmayın;
 - problemi həll etməyi bacarın, alternativ yolları araşdırın;
 - qərarların qəbul edilməsi üzrə cavabdeh olan üst rəhbərliyi məlumatlandırın.

PLANLAŞDIRMA

TƏRƏFDAŞLIQ ƏLAQƏLƏRİ



**İrəliləyin:
birindən**

digərinə

Satmaqdan

məsləhət verməyə

İcra etməkdən

kömək etməyə və ya şərait yaratmağa

Reaksiya verməkdən

qabaqlayıcı tədbir görməyə

Danışmaqdan

dinləməyə

Öz həll yolunuzdan

onların həll yoluna

Xərclərdən

xərc-fayda təhlillərinə

PLANLAŞDIRMA

VAXTIN İDARƏ OLUNMASI

- Hər bir iş ona ayrılan vaxt qədər uzanır (Parkinson qanunu).
- Hər bir tapşırıq üçün özünüə son möhlət tarixi təyin edin.



PLANLAŞDIRMA

VAXTIN İDARƏ OLUNMASI



Plan: vaxtınıza qənaət etmək üçün vaxt sərf edin.

- Mövcud vaxtı qiymətləndirin – ayda 20 iş günü.
- Səyahət etmək, hesabat yazmaq və s. üçün lazım olan vaxtı və faktiki satış müddətini çıxın (10 gün?).
- Əsas fəaliyyətlərə, məsələn telefon danışıqlarına, görüşlərə getməyə lazımı qədər vaxt ayırın.
- Əsas fəaliyyətlərə sərf olunan **faktiki** vaxtı protokollaşdırın.
- Faktiki və hədəfinizdəki müddətlər arasındakı uyğunsuzluqlara diqqət yetirin.
- Təkmilləşmə hədəflərini müəyyən edin, məsələn:
 - hər görüş üzrə telefon danışıqlarının sayı;
 - hər təklif üzrə görüşlərin sayı;
 - hər sifariş üzrə təkliflərin sayı.

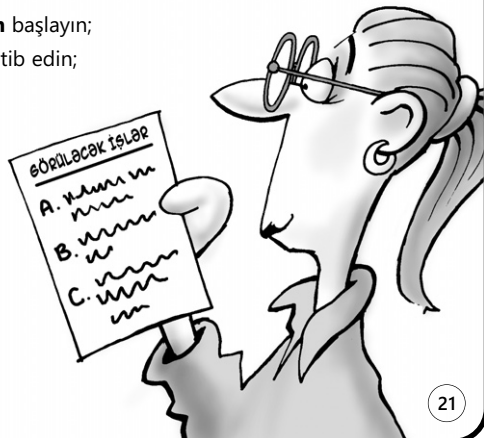
PLANLAŞDIRMA

VAXTIN İDARƏ OLUNMASI



Konkret bir "yol xəritəniz" olsun.

- Həmişə ilk növbədə **əsas fəaliyyətlərdən** başlayın;
- **Gündəlik görülməli işlərin** siyahısını tərtib edin;
- Tapşırıq və ya işləri qruplara ayırın:
 - **A** vacib VƏ təcili ("zəruri işlər");
 - **B** vacib, ancaq təcili OLMAYAN ("lazımı işlər");
 - **C** təcili, ancaq vacib olmayan ("görüləsi işlər");
- öncəliyə əsasən sıralayın:
hər gün A – B – C ardıcılığına fikir verin.

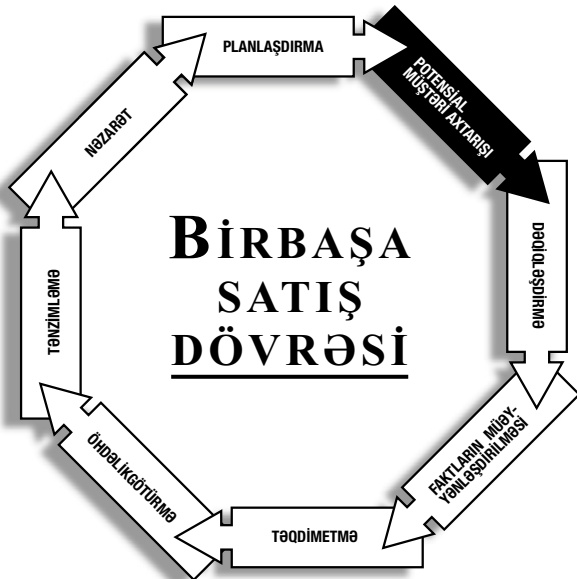


PLANLAŞDIRMA

VAXTIN İDARƏ OLUNMASI



- **Maşında**
 - Qeydlərinizi özünüzlə daşıyın.
 - Səsli qeydlər, səsli mesajlaşma və avtomatik tərcümə üçün pulsuz smartfon tətbiqlərindən istifadə edin.
- **Ofisdə**
 - Elektron poçtunuza gündə yalnız bir dəfə vaxt ayırın.
 - Oxşar tapşırıqları qruplaşdırın.
- **Görüş və ya toplantılarda**
 - Gündəlikdəki məsələlərin hər birinə konkret vaxt ayırın.
 - Vaxt cədvəlindən yayınmayın.
- **Layihələrdə**
 - Böyük işləri kiçik tapşırıqlara bölün.
 - Vaxtı bölüşdürərkən gözlənilməz halları nəzərə alın.



POTENSIAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

MƏLUMAT MƏNBƏLƏRİ



Aşağıda qeyd olunanlar potensial müştəri axtarmaq üçün yaxşı mənbə ola bilər:

- **İnternet** - Şəxsi məlumatlarla tanış olmaq üçün "LinkedIn", "Twitter" və ya "Facebook"da axtarış apara bilərsiniz. İşlərin maliyyə vəziyyəti barədə pulsuz məlumat əldə etmək üçün "Experian", "Duedil", "Credit Tracker" və ya "Equifax"a baxın. Əlbəttə ki, ÖZ profilərinizin QAYDASINDA və yenilənmiş olmasına da diqqət yetirin.
- **Ofisiniz** - Potensial müştərilərlə bağlı ideya və ya ipucları, müştəri protokolları, həmkarlar, təchizatçılar.
- **Müştərilərin ofisləri** - Qeydiyyat şöbəsinin işçiləri, müştərilərin təchizatçıları, məlumat bülletenləri, bildirişlər, iş yerlərini dəyişənlərin əlaqə məlumatları, illik hesabatlar.
- **Mətbuat** - Ticarət jurnalları, yerli xəbərlər, media monitorinq xidmətləri.
- **Siyahılar** - Sərgi iştirakçıları, fəaliyyət sahələri üzrə verilənlər bazası, elektron məlumat xidmətləri, kreditödəmə qabiliyyətini qiymətləndirən mütəxəssislər.
- **Digərləri** - Ticarət müəssisələri və peşəkar qurumlar, səfirliklər, ticarət palataları, qohumlar, dostlar, internet.

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

FƏRDİLƏŞDİRİLMİŞ POÇT GÖNDƏRİŞİ

ÇOXSAYLI POÇT GÖNDƏRİŞLƏRİ



- Strategiya: Yaxın gələcəyin potensial müştərilərini müəyyən edin.
- Taktika: Üsulu sınaqdan keçirin və mənbələr üzrə uğur göstəricisinə nəzarət edin.

Məzmun

- "Xanım/cənab/bəy" sözləri ilə deyil, adı ilə müraciət edin.
- Onlar üçün əsas **faýdaları** qeyd edin.
- Rəylərə və ya konkret nümunələrə istinad edin.
- Açar sözləri vurğulayın.
- İmzalayın.



POTENSIAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

FƏRDİLƏŞDİRİLMİŞ POÇT GÖNDƏRİŞİ

ÇOXSAYLI POÇT GÖNDƏRİŞLƏRİ



Potensial müştərilərinizə göndərəcəyiniz **məktublar** aşağıdakı qaydada tərtib edilməlidir.

- **Həcmi:**
 - bir səhifə;
 - hər abzasda 5 sətir;
 - hər cümlədə 8-10 söz.
- **Tərtibatı:**
 - möhürlü firma blankı;
 - mətnin vərəqin mərkəzində yerləşməsi;
 - qısa pozitiv sözlər;
 - dərhal cavab bildirməyə sövq edəcək "P.S.";
 - veb-saytın müvafiq səhifələrinə keçidlərin qeyd edilməsi;
 - cavab kartı və ya əvvəlcədən ünvanlandırılmış zərf.
- **Faydasız elementləri:**
 - şərtsiz hədiyyəli oyunlar;
 - çoxlu sayda qoşmalar.



POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

FƏRDİLƏŞDİRİLMİŞ POÇT GÖNDƏRİŞİ

MƏQSƏDYÖNLÜ POÇT GÖNDƏRİŞİ



Məqsəd: • qərar qəbul edən şəxs ilə görüş təyin etmək.

Strategiya: • daha çox məlumat əldə etmək üçün tələb irəli sürmək.

Taktika:

- telefon vasitəsilə qərar qəbul edən şəxsin adını və vəzifəsini dəqiqləşdirmək;
- məktubda "mən" deyil, "siz" sözündən istifadə etmək;
- özünü onların yerinə qoymaq;
- məktubu şəxsən imzalamaq;
- bu işlə satışın qızğın saatlarından kənar vaxtlarda məşğul olmaq;
- məhsula dair təfərrüatları məktubda qeyd etməmək;
- bir həftə ərzində zəng edib fikir öyrənmək.

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

FƏRDİLƏŞDİRİLMİŞ POÇT GÖNDƏRİŞİ

MƏQSƏDYÖNLÜ POÇT GÖNDƏRİŞİ



Poçt göndərişlərinizə quruluş verərkən "**AIDA**" modelinə əsaslanın:

- "**A**ttention":
DİQQƏT
 - məxsusiliyi hiss etdirəcək "**siz**" müraciət formasından istifadə edin.
- "**I**nterest":
MARAQ
 - təklifinizin onlara **necə** təsir edəcəyini, yaradacağı fərqləri qeyd edin.
- "**D**esire":
İSTƏK
 - məhsulunuzun **faydalarını** izah edin.
- "**A**ction":
CAVAB/
REAKSIYA
 - onları məktubunuza cavab olaraq hərəkətə keçməyə **həvəsləndirin**.



POTENSIAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

TELEFONLA GÖRÜŞLƏRİN TƏYİN EDİLMƏSİ

MƏRKƏZƏ YÖNƏLƏN MƏQSƏD



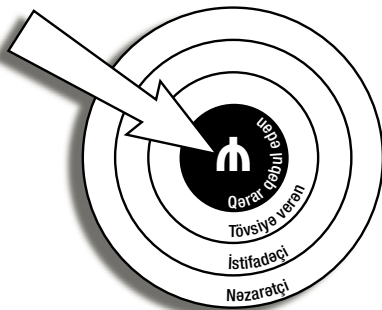
Hədəfiniz – qərar qəbul edən şəxslə danışmaqdır.

Qərar qəbul edən: büdcəyə nəzarət edir və büdcəni təsdiqləyir.

Təvsiyə edən: istifadəçiləri idarə edir.

İstifadəçi: icra edir və təsir göstərir.

Nəzarətçi: araşdırır və məlumat verir.



POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

TELEFONLA GÖRÜŞLƏRİN TƏYİN EDİLMƏSİ

TELEFON DANIŞIQLARI ZAMANI BAŞLICA ADDIMLAR



POTENSIAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

GÖRÜŞLƏRİN TƏYİN EDİLMƏSİ

SÖHBƏTƏ GİRİŞ



- Kommutatorçu - Mülayim danışın: *"Mənə kömək edə bilərsinizmi?"*
- Qərar qəbul edən şəxsin adını, vəzifəsini və ünvanını dəqiqləşdirin.
- Katib(ə)/köməkçi - Suallar verərək söhbəti idarə edin.
- *"X-ə dair bir məsələ barədə ... ilə görüşmək istərdim. Özü ilə danışa bilərsinizmi?"*
- *"Siz bu görüş barədə onun gündəliyinə qeyd edirsiniz, yoxsa daha sonra zəng edim?"*
- *"Ən münasib vaxtı söyləyə bilərsinizmi?"*
- Şəxsi köməkçidən icraçı direktora - *"X-ə dair məsələ ilə bağlı qərar qəbul edənin kim olduğunu bilirsinizmi?"* (sonra birbaşa mətləbə keçin...)
- *"Köməkçiniz (və ya ... xanım) təklif etdi ki, sizinlə danışım".*
- Qərar qəbul edən dəqiqləşdirin. - Şəxsin ad və soyadını qeyd edin, toplantıda olub-olmadığını
- Marağını **çalb etməyə** çalışın: *"Oxumuşam ki, siz bu yaxınlarda... "*
- Təklifinizin faydalarını iş funksiyasına uyğunlaşdırın.

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

GÖRÜŞLƏRİN TƏYİN EDİLMƏSİ



Zəng etməmişdən əvvəl

- Hazırlaşın: - gündəlik fəaliyyət məqsədləri;
- fayda bəyanatının hazırlanması;
- mümkün etiraz və cavablar;
- sizin üçün ən yaxşı vaxt və yerlər.

Zəng zamanı

- Dəqiqləşdirin: - İstəklər;
- Səlahiyyətli şəxs;
- Ehtiyaclar;
- Tələb olunan müddət;
- Alıcılıq qabiliyyəti.

Zəngdən sonra

- Dəstəyi ən son siz asın.
- Tarixi, vaxtı, yeri və məqsədi yazılı şəkildə təsdiqləyin.



POTENSIAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

GÖRÜŞLƏRİN TƏYİN EDİLMƏSİ



- ✓ Qeydlər götürün.
- ✓ İnadkar olun.
- ✓ Özünüzə əmin və qətiyyətli danışın.
- ✓ Saat 08:45, 11:45, 13:45 və ya 16:15 üçün görüş təyin edin.
- ✓ Biri konkret, digəri isə dəqiq olmayan alternativ vaxt təklif edin:
 - Cümə günü saat 08:45-də görüşmək imkanınız olarmı?..
 - Gələn həftə hansı gün sizə uyğun olar?

- ✗ Xətdə gözləməyin.
- ✗ "Sizə zəng edəcəyik" dedikdə qəbul etməyin.
- ✗ Təklifinizin faydalarını sadalayarkən arada suallar verilərsə, onları cavablandırdıqdan sonra pauza verməyin.
- ✗ Satınalma şəbələri ilə danışmayın.

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

TELEFONLA SATIŞ



- Telefon danışıqlarının başlıca addımlarına və onların ardıcılığına riayət edin (səh.30).
- Müştəri rəylərini fayda bəyanatına çevirin: *"İstehsalçılarınız bizdən məmnun qalıblar. Sizə səbəbini izah etmək istədim..."*
- Sifariş sorğusuna cəhd – bir sualla fikir öyrənin: *"Necə fikirdir?"*
- Birbaşa sifariş sorğusu: *"Davam edə bilərikmi?"*
 - alternativ təklif: *"Sifarişinizi bu ay, yoxsa gələn ay çatdırmaq?"*
 - kiçik təklif: *"Əlavələri eyni gündə göndərə bilərikmi?"*
 - şərti təklif: *"Qaiməni kimin adına ünvanlayaq?"*

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

SÖZ SEÇİMİ



Lazımı ab-havanı yarada bilmək üçün pozitiv sözlərdən və feilin məchul deyil, məlum məna növündən istifadə edin.

İstifadə etməyin

Neqativ sözlər/məchul növ
(məs: Təşkil oluna bilər.)

Ödəmək

Təklif etmək

Dəyişdirmək

İmzalamaq

Əgər

Mən

İstifadə edin

Pozitiv sözlər/məlum növ
(məs: Biz təşkil edə bilərik.)

Vəsait sərif etmək

Tövsiyə etmək

Təkmilləşdirmək

Təsdiq etmək

... edəndə

Siz

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

QARŞILIQLI ANLAŞMA



- Görüşdən əvvəl:** Diqqətinizin toplayın, gülümsəyin və rahat olun.
- Görüş zamanı:** Qeydlər götürün və həmin qeydlərinizi dəqiqləşdirin. Qarşınızdakı insanların xarakterinə uyğunlaşın (bax: səh. 46-49).

Şəxsiyyət tipi:	Sözlərdə hiss olunsun:	Lazımı səs tonu:	Məsələn:
RUHLANDIRAN	emosiyalar	həvəsli	"çox vacib", "əla", "çox böyük"
ƏZMKAR	məqsədlər	aydın/ifadəli	"irəliləyiş", "qərara gəlmək"
ARAŞDIRAN	faktlar	məntiqli/təmkinli	"verilənlər göstərir ki..."
ANLAYIŞ GÖSTƏRƏN	empatiya	mehriban/səmimi	"inanıram", "başa düşürəm"

POTENSİAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

ETİRAZLARA NECƏ CAVAB VERMƏLİ?

"FƏRZ EDİN Kİ" FƏNDİ



Mümkün etirazlara "fərz edin ki..."cümlələri ilə cavab verin. Məsələn:

- "Büdcəmiz yoxdur":
"Fərz edin ki, hər şey öz-özünə ödənildi, sizin üçün maraqlı olardı, elə deyilmi?"
- "Vaxtımız yoxdur":
"Fərz edin ki, gələn ay hər ikimizə də uyğun olan vaxta görüş təyin etmişik".
- "Təklifinizlə bağlı materialları göndərin, tanış olarıq":
"Fərz edin ki, onları oxumaq üçün sərf edəcəyiniz 30 dəqiqə vaxta qənaət etmişik".
- "Təchizatçılarımızı dəyişməyə gərək yoxdur":
"Fərz edin ki, sizə daha yaxşı qiymət təklif edirik..."



Sonra **dərhal** nə vaxt görüşə biləcəyinizi soruşun.

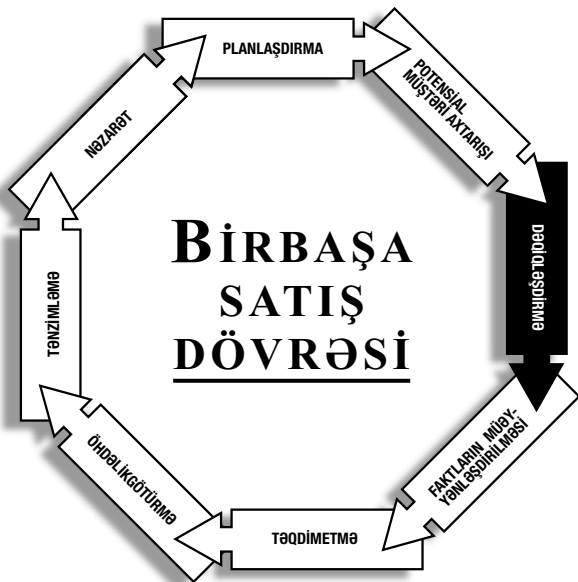
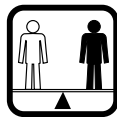
POTENSIAL MÜŞTƏRİ AXTARIŞI

YOXLAMA SİYAHISI



Yeni görüş təyin etməmişdən əvvəl yoxlama siyahısını gözdən keçirin:

1. Potensial müştərilərin strateji bazar qüvvələri haqqında ən son məlumatları öyrənmək.
2. Hazırkı qeyri-rəsmi xəbərləri (söz-söhbət, şəyiə və s.) öyrənmə bilmək üçün mövcud əlaqələrdən istifadə etmək.
3. Müəssisənin son hesabatı və çap materialları ilə tanış olmaq.
4. Onların strategiyalarına uyğun olan fayda bəyanatları hazırlamaq.
5. Qəbul şöbəsində rəhbərliyin şəxsi köməkçisinin adını dəqiqləşdirmək.
6. Yardım üçün rəhbərliyin şəxsi köməkçisinə müraciət etmək.
7. Əsas heyətlə əlaqənin/görüşün nə vaxt mümkün olacağını dəqiqləşdirmək.
8. Toplantıda olub-olmadıklarını öyrənmək.
9. Görüş üçün onların etiraz edə bilməyəcəyi variantlar təklif etmək.



DƏQİQLƏŞDİRMƏ

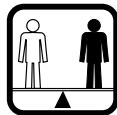
DAXİL OLAN TELEFON ZƏNGLƏRİ



- Əlinizin altında qeyd dəftərçəsi olsun.
- Dörd dəfə zəng çaldıqdan sonra dəstəyi qaldırın.
- Zəng edən şəxsin adını, hansı müəssisəni təmsil etdiyini və telefon nömrəsini qeyd edin.
- Mənbəyi
öyrənin:
 - *"Bizim haqqımızda haradan eşitmisiniz?"*
 - *"Necə oldu ki, təklifimizə maraq göstərdiniz?"*
 - *"Təklifimizi sizdən başqa kim bəyənir?"*
 - *"Sizin axtardığınız məhz nədir?"*
 - *"Sifarişə nə vaxt başlamaq istərdiniz?"*
 - *"Nə qədər vəsait sərf etməyi düşünürsünüz?"*
- Dəqiqləşdirin:
 - **İstəklər;**
 - **Səlahiyyətli şəxs;**
 - **Ehtiyaclar;**
 - **Tələb olunan müddət;**
 - **Alıcılıq qabiliyyəti.**

DƏQİQLƏŞDİRMƏ

SATIŞLA ƏLAQƏDAR DAXİL OLAN ZƏNGLƏR

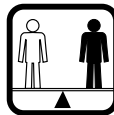


- Satış zamanı fərqli məhsullar/xidmətlər təklif edin:
"Müştərilərimiz belə bir xüsusi təklifimizdən faydalanırlar:.."
- Satış zamanı müştəriləri daha çox məhsul/xidmət almağa həvəsləndirin:
"Bilirdinizmi ki, X markasını alsanız, onda..."
- Satış zamanı müstəsna təklif edin:
"Biz sizin ehtiyaclarınıza uyğun "müstəsna satış faydaları" (MSF) təklif edən yeganə müəssisəyik".

Müstəsna Satış Faydaları

DƏQİQLƏŞDİRMƏ

İLK GÖRÜŞLƏR



İlkin təəssüratı yaratmaq üçün yalnız **bir şansınız** olur.

Qəbul şöbəsində **hazırlıq**:

- pozitiv əhvalə köklənin;
- görüşün məqsədlərini təkrarlayın və məşq edin;
- rəqiblərinizin olub-olmadığını öyrənin;
- müəssisənin çap materialları ilə tanış olun.

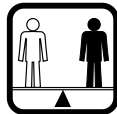
Görüş zamanı:

- gülümsəyin;
- potensial müştərinizin şəxsi maraqları barədə sual verin;
- qeydlər götürmək üçün icazə alın;
- adları, rolları, məqsədləri və uyğun vaxtı qeyd edin;
- növbəti addımlar barədə razılığa gəlin.



DƏQIQLƏŞDİRMƏ

İLK GÖRÜŞLƏR



İSETA-nı dəqiqləşdirin:

- **İstəklər:** istədikləri tam olaraq nədən ibarətdir;
- **Səlahiyyətli şəxslər:** qərar qəbuletmə prosesində kimlər iştirak edir;
- **Ehtiyaclar:** şəxsi və təşkilati məqsədlərə nailolma ehtiyacları;
- **Tələb olunan müddət:** qiymətləndirmə və icra prosesi üçün tələb olunan vaxt;
- **Alıcılıq qabiliyyəti:** kifayət qədər büdcə mövcuddurmu?

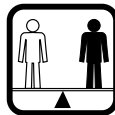
Araşdırın:

- Digər müraciətlər və rəqiblərə dair məlumat
 - *İndiyədək nə qədər araşdırma aparılıb?*
- Prosesin növbəti mərhələsi
 - *Növbəti addım nədən ibarətdir?*
- Əvvəlki satınalma nümunəsi və təcrübəsi
 - *Hansı təkmilləşmələri görmək istərdiniz?*
- Təkmilləşmə əskikliyinə əməliyyatlara və qiymətə təsiri




DƏQIQLƏŞDİRMƏ

QƏRAR QƏBULETMƏ PROSESİ

İŞTİRAK EDƏNLƏRİ MÜƏYYƏNLƏŞDİRİN



Qərar qəbuletmə zəncirində iştirak edənlərin hamısını müəyyənləşdirməlisiniz.

- Aşağıdakıları bir-birindən fərqləndirin:
 - > Rol  İşin **məqsədi**
 - > Cavabdehlik  Vəzifə sahibinin **əsas funksiyası**
 - > Səlahiyyət dərəcəsi  **Təsdiqləmə** və ya **imza hüququ**
- Rolun aktiv və ya passiv olmasını müəyyən edin.
Aktiv rol = status-kvonun **təkmilləşdiricisi**.
Passiv rol = status-kvonun **qoruyucusu**.
- Qərarın qəbul edilməsində hər hansı işçi qrupun iştirak edib-etmədiyini dəqiqləşdirin: sədr, toplantının gündəliyi, toplantının keçirildiyi tarixlər, məruzə edilən şəxs.

DƏQİQLƏŞDİRMƏ

SƏLAHIYYƏT SAHİBLƏRİ

ƏMR ZƏNCİRİNİ KATEQORİYALARA AYIRIN



Əlaqə yaradarkən ən yüksək vəzifəlidən aşağı vəzifəliyə doğru, "səlahiyyətli şəxs"dən "istifadəçi"yə doğru hərəkət edin. Sonra isə "səlahiyyətli şəxs" və "tövsiyə edən"ə birlikdə müraciət edin.

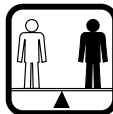
- 1 **Səlahiyyətli şəxs** İcazə verir və imzalayır.
- 2 **Tövsiyə edən** Təsdiqləyir.
- 3 **Təsir edən** Peşəkar məsləhətlər verir.
(Onların işini asanlaşdırın!)
- 4 **İstifadəçi** Praktiki icraçıdır.
- 5 **Nəzarətçi** Təchizatçı ilə əlaqəni istisna edir.
(Onlardan uzaq olun!)

DƏQIQLƏŞDİRMƏ

ŞƏXSİYYƏT TIPLƏRİ

RUHLANDIRAN

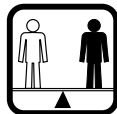
- İnsanlar, öz nüfuzu və müəssisənin missiyası onun əsas hərəkətverici qüvvələridir.
- Qarşılıqlı təsir, intuisiya, özünüifadə və fikrini müdafiə etmək qabiliyyəti güclü olur.
- Ehtiyatlı davranmaq, təfərrüatlara varmaq, faktları, rəqəmləri nəzərə almaq və bu kimi məsələlərdə zəifdir.
- Alqışlanmağı və təqdir edilməyi sevir.
- Şəxsi imic, keyfiyyət və yeniliyə fikir verir.
- Dinləmək, həvəsləndirmək və "Kim" ilə başlayan suallar vermək onun iş metodunun əsasını təşkil edir.
- İş otağında/kabinetində şəxsi xarakter daşıyan simvollar və şəkillər, yan-yana qoyulmuş və fərqli stullar olur.
- Əllərini, adətən, önündə saxlayır.



DƏQIQLƏŞDİRMƏ

ŞƏXSİYYƏT TIPLƏRİ

ƏZMKAR



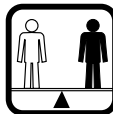
- Öz məqsədləri, müəssisənin məqsədləri və effektiv fəaliyyəti onun əsas hərəkətverici qüvvələridir.
- Fikrini müdafiə etmək, nəzarət etmək, göstəriş vermək və təzyiq göstərməyi yaxşı bacarır.
- Ehtiyatlı davranmaq, təfərrüatlara varmaq, özünü ifadə etmək, vaxtı idarə etmək kimi xüsusiyyətlər ona yaddır.
- Görülən işdən nəticə əldə etmək istəyir.
- Məhsuldarlıq və şəxsi mənfəət onun üçün vacibdir.
- "Xərc-fayda"lar, seçimlərə əsasən qərar qəbul etmək, "Nə" ilə başlayan suallar vermək onun iş metodunun əsasını təşkil edir.
- İş otağında/kabinetində nailiyyət simvolları, bir-birindən aralı qoyulmuş və fərqli stullar olur.
- Əllərini tez-tez başının arxasında çarpazlayır.



DƏQIQLƏŞDİRMƏ

ŞƏXSİYYƏT TIPLƏRİ

ARAŞDIRAN



- Öz qənaətləri, müəssisənin məqsədləri və səmərəli fəaliyyəti onun əsas hərəkətverici qüvvələridir.
- Ehtiyatlı davranmaq, planlaşdırmaq, faktları qiymətləndirmək, məntiqli fikir yürütmək və vaxtı idarə etməyi yaxşı bacarır.
- Özünüifadə, qarşılıqlı təsir və fikrini müdafiə etmək kimi xüsusiyyətlər ona yaddır.
- Fikir və iddiaların əsaslandırılmasını və təsdiqlənməsini istəyir.
- Xərclərin azaldılmasının tərəfdarıdır; hər şeydən xəbərdar olmağa çalışır.
- Bazar araşdırması, müqayisələr və "Niyə" ilə başlayan suallar vermək onun iş metodunun əsasını təşkil edir.
- İş otağında/kabinetində qrafiklər, səliqə ilə yığılmış sənədlər, bir-birindən aralı qoyulmuş və oxşar stullar görmək olar.
- Əllərini, adətən, çənəsinə qoyur.

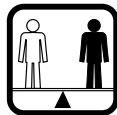


DƏQIQLƏŞDİRMƏ

ŞƏXSİYYƏT TIPLƏRİ

ANLAYIŞ GÖSTƏRƏN

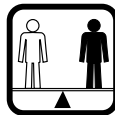
- İnsanlar, öz qənaətləri və müəssisənin standartları onun əsas hərəkətverici qüvvələridir.
- Ehtiyatlı davranmaq, dinləmək, qarşılıqlı anlaşmaya nail olmaq və vaxtı idarə etməyi yaxşı bacarır.
- Fikrini müdafiə etmək, təzyiq göstərmək, nəzarət və dəyişiklik etmək kimi xüsusiyyətlər ona yaddır.
- Təhlükəsizlik və əminliyin təmin olunmasını istəyir.
- Etibarlılıq və riskin az olması onun üçün vacibdir.
- Bazar tendensiyalarının, müştəri rəylərinin öyrənilməsi və "Necə" ilə başlayan suallar vermək onun iş metodunun əsasını təşkil edir.
- İş otağında/ kabinetində insan şəkilləri, səliqəsiz yığılmış sənədlər, bir-birinə yaxın qoyulmuş və oxşar stullar görmək olar.
- Əksər hallarda bir əlini ağızının üstünə qoyur.



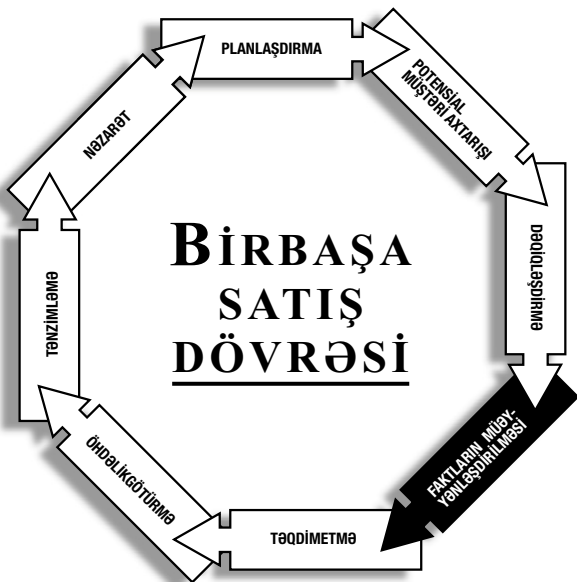
DƏQİQLƏŞDİRMƏ

ŞƏXSİYYƏT TIPLƏRİ

XÜLASƏ



- RUHLANDIRANLAR** danışmaq və həvəsləndirməyi tərcih edirlər.
Öz uğurlarını və gələcəklə bağlı fikirlərini təqdir edirlər.
- ƏZMKARLAR** birbaşa hərəkətə keçməyi və səmərəliliyi tərcih edirlər.
Fürsətləri əldən buraxmır və nəticələri sürətləndirirlər.
- ARAŞDIRANLAR** əsaslı təfərrüatları olan seçimləri tərcih edirlər.
Məntiqli yanaşmaya üstünlük verir və düşünməyə vaxt ayırırlar.
- ANLAYIŞ GÖSTƏRƏNLƏR** özünü təsdiqləmiş həll yollarını tərcih edirlər.
Məmnun qalmış müştərilərin fikirlərini öyrənir və onlara əsaslanırlar.



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

EHTİYAQLARIN TƏHLİLİ

HƏKİM YANAŞMASI

- Xəstəni dinləyin.
- Tarixçəni və simptomları qeydə alın.
- Orqanları müayinə edin.
- Xəstəyə diaqnoz qoyun.
- Ən yaxşı müalicə üsulunu seçin.
- Müalicə üsulunu müzakirə edin və razılığa gəlin.



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

LAZİMİ SUALLAR



Elə suallar verin ki:

- **diqqət** oyandırın;
- insanları **düşünməyə** vadar edin;
- əsas məqamları **başə düşməyə** kömək edin;
- nə dərəcədə **irəliləyişə nail olduğunuzu** müəyyənləşdirin;
- **özünüə əminliyi** artırın;
- **məqsədyönlü** və **məsuliyyətli yanaşma**, həmçinin **tərəfdaşlıq münasibətlərinin** yaranmasına nail olun.



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

GEDİŞATI NƏZARƏTDƏ SAXLAYIN



- Müzakirələrin sürət və **gedişatını nəzarətdə saxlayın**:
 - məlumatı təmin edin;
 - qeyri-verbal işarələri təhlil edin;
 - nə dərəcədə irəliləyişə nail olduğunuzu müəyyənləşdirin;
 - hissləri başa düşməyə çalışın.
- Gedışatın sizin nəzarətinizdə olduğunu dəqiqləşdirmək üçün "Kim", "Niyə", "Nə", "Nə vaxt", "Necə" ilə başlayan açıq suallar verin.
- Qarşı tərəfi **istiqləmləndirmək** və ya cavabları **ümumiləşdirmək** üçün **qapalı** suallar ("Bəli" və ya "Xeyr" ilə cavablandırılan suallar) verin, məsələn: Siz deyirsiniz ki?..



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ



SUALLAR

Ümumiləşdirin:



"...düşünməkdə haqlıyam mı?"

Öncəliyi müəyyən edin:



"Bu nə dərəcədə vacibdir?"

Düşündürün:



"Bəs birdən?.."

Geniş məlumat öyrənin:



"...haqqında mənə daha çox məlumat verin?"

Araşdırın:



"Nə üçün?.." "Necə?.."

- **Eqonuzu** cilovlayın:
"Mən belə düşünürəm" əvəzinə, *"Siz necə düşünürsünüz?"* sualını verin.
- **Həssas** mövzuya toxunmalı olsanız, icazə alın:
"Sizdən ... haqqında soruşa bilərəmmi?"
- Sualinizi **pozitivcəsinə** ifadə edin:
"Problemlərinizdən bəhs edin" əvəzinə, *"Hansı sahələri təkmilləşdirmək istərdiniz?"* sualını verin.

FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

BAŞLICA SUALLAR



İstəklər

- Ən çox nəyi təkmilləşdirmək istərdiniz?
- Təkmilləşdirmə olmasa, təsiri necə olar?
- Hansı alternativlər üzərində düşünürsünüz?

Səlahiyyətli şəxs

- Qiymətləndirmə və təsdiqetməyə başqa kim(lər) cəlb olunur?

Ehtiyaclar

- Əsas məqsədləriniz nədən ibarətdir?
- Hansı məsələlər sizə maneə yaradır?

Tələb olunan müddət

- Qiymətləndirmə prosesini nə vaxt başa çatdıracaqsınız?

Alicılıq qabiliyyəti

- Nə qədər vəsait ayrılışdır?
- Vəsait hansı büdcədən ayrılacaq?



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

SUALLARA VERİLƏN CAVABLAR



Potensial müştəriniz suallarınıza cavab verərkən:

- ✓ Pauza verin.
- ✓ Cavabı dəqiqləşdirin: → ...deməklə nəyi nəzərdə tutursunuz?
- ✓ Öncəliyi müəyyən edin: → Nə dərəcədə böyük problemdir?
- ✓ Fikri formalaşdırın: → Deməli, bunu edə bilməsiniz?..
- ✓ Konkretləşdirin: → Beləliklə, dediklərinizdən belə çıxır?..

✓ Onların problemini real və qeyri-adi olaraq qəbul edin.

Lakin:

- ✗ Xahiş edilmirsə, məsləhət verməyin.
- ✗ Fərziyyələr irəli sürməyin.
- ✗ Deyilənləri ümumiləşdirərək nəticələr çıxarmayın.



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

FƏAL DİNLƏMƏ

NİYƏ HEÇ KİM BU HAQDA EŞİTMƏYİB?



	Dinləmək	Danışmaq	Oxumaq	Yazmaq
Öyrənilən ardıcılıq	1	2	3	4
İstifadə edilən	45%	30%	16%	9%
Öyrədilən	Ən az	Növbəti ən az	Növbəti ən çox	Ən çox

FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

FƏAL DİNLƏMƏ



Ən çox istifadə etdiyimiz 500 sözün lüğətdə 10 mindən çox mənası var.

- Məsələn, "almaq" feilinin 27; "qoymaq" feilinin 26; "baş" sözünün isim kimi 11, sifət kimi 4 mənası var.

- Dinləyərkən mənanı düzgün müəyyən edə bilmək üçün sözlərin aşağıdakı xüsusiyyətlərinə diqqət yetirin:

Deyilmə sürəti

Tələffüz

Vurğu

İstifadə edildiyi kontekst



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

FƏAL DİNLƏMƏ

- ✓ Həmsöhbətinizin gözlərinə baxın.
- ✓ Hisslərinizi cilovlayın.
- ✓ Deyilənləri düzgün başa düşdüyünüzü dəqiqləşdirin.
- ✓ Qeydlər götürün.

- ✗ Diqqətinizin yayınmasına imkan verməyin.
- ✗ Həmsöhbətinizin sözünü kəsməyin.
- ✗ Bildirilən ehtiyacları nəzərdən qaçırmayın.
- ✗ Sualları dalbadal verməyin: bir suala cavab aldıqdan sonra növbəti sualı verin.



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

TEXNİKİ-İQTİSADI ƏSASLANDIRMA



Təklifinizin müştəri üçün potensial faydalarını müəyyənləşdirmək məqsədilə texniki-iqtisadi əsaslandırma aparmasını təklif edin.

Proses

- Belə bir əsaslandırmaya ehtiyacın olması ilə bağlı müştərinizin razılığını alın.
- Bu əsaslandırmanın nə üçün məhz indi aparılmasının səbəbini izah edin.
- Görüşəcəyiniz şəxsləri tutduqları vəzifəyə görə yuxarıdan aşağıya doğru sıralayın
- Müzakirələrin ilkin gündəliyini hazırlayın və təqdim edin.
- Fərdi şəkildə söhbət edin.
- **Onların** şəxsi məqsədləri ilə maraqlandığınızı vurğulayın.
- Problemləri müəyyənləşdirməkdə onlara kömək edin:
 - öz **əmaliyyatlarına olan təsir**;
 - problemlərin yaratdığı xərclər;
 - öz xərcləri və faydaları.

FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

ƏSAS XƏRC-FAYDA GÖSTƏRİCİLƏRİ



Aşağıdakı sahələr üzrə əsas xərc-fayda göstəricilərini müəyyən edin:

YÜKSƏK

- Döviyyə kapitalı
- Məhsuldarlıq
- Gəlir
- Mənfəət

AŞAĞI

- Xərclər
- Vaxtı keçmiş borc
- Kadr axıcılığı



FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

XƏRC-FAYDA TƏHLİLİ



- ➔ **Vaxt və məhsuldarlıq** üzrə faydaları hesablayın və **pula** çevirin.
- ➔ **Qənaət edilmiş xərcləri** onların **xərc mərkəzlərinə** daxil edin.
- ➔ **Gəlirləri** onların **mənfəət mərkəzlərinə** daxil edin.
- ➔ **Xərclərinizi maliyyə** seçimləri vasitəsilə minimuma endirin.
- ➔ **Uzunmüddətli** proqnozlara əsaslanaraq **gəliri maksimuma çatdırın**.

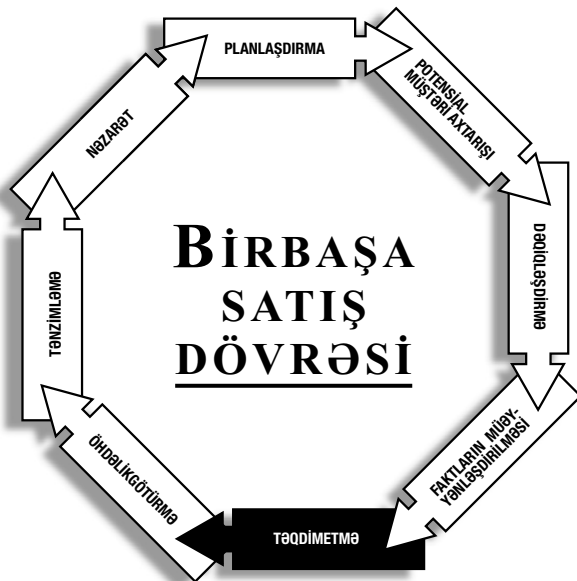
FAKTLARIN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

YOXLAMA SIYAHISI



Potensial müştərilərinizlə görüşərkən yoxlama siyahısını gözdən keçirin:

1. Onların şəxsi tərzini təhlil etmək və bu tərzə uyğunlaşmaq.
2. Onların məqsədlərinin həyata keçirilməsində öz rolunuzu vurğulamaq.
3. Qeydlər götürmək üçün icazə almaq.
4. Müəssisənin strategiyaları barədə soruşmaq.
5. Şəxsi öncəliklər barədə soruşmaq.
6. Problemlərin təsiri barədə ətraflı danışmalarını xahiş etmək.
7. Xərc və gəlirə təsiri qiymətləndirmələrini xahiş etmək.
8. Onların xərclərini sizin xərc-fayda nisbəti ilə qarşılaşdırmaq.
9. Müstəsnalığını onları satınalma meyarlarına daxil etmək.
10. Fikirlərinizi praktiki araşdırma nümunələri və sübutlarla əsaslandırmaq.



TƏQDİMETMƏ

HAZIRLIQ

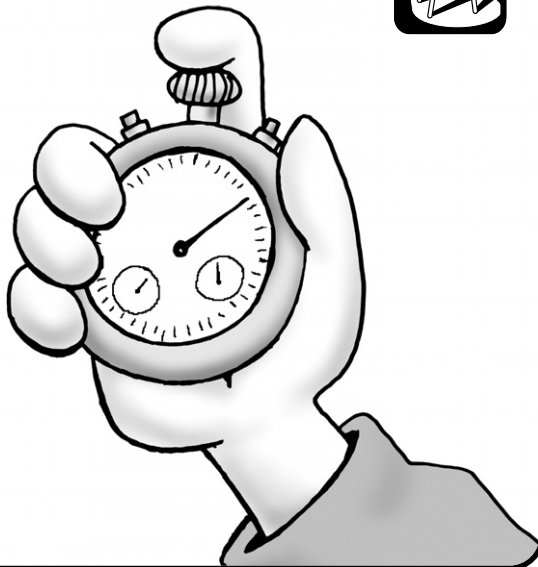


1. Hazırlaşın.

- Niyə? → Məqsəd
- Kim? → Dinləyici kütləsi
- Nə vaxt? → Zamanlama
- Nə? → Məzmun
- Necə? → Çatdırılma
- Hansı? → Alətlər

2. Məşq edin.

3. Fikirləri öyrənin.



TƏQDİMETMƏ

ALƏTLƏR

ƏYANİ NÜMAYİŞ



Mətnlərin yazılması üçün eyni ölçüdə qalın və çap hərflərindən istifadə edilməlidir:

- hər səhifədə 8 sözdən ibarət maksimum 8 sətir;
- hər səhifədə maksimum 30 rəqəm.



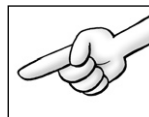
Simvollar



Diaqramlar



İllüstrasiyalar



İşarələr

- ✘ Diaqramlardakı sütunlarda rəqəmlərdən və ya rəng kaleyoskopundan istifadə etməyin.
- ✔ Danışın - yazın - danışın və fikrinizi tamamladıqdan sonra lövhənin vərəqini çevirin.

TƏQDİMETMƏ

ALƏTLƏR

"POWERPOINT"

Əgər təqdimatı "Powerpoint" proqramında hazırlayırsınızsa:

- proqramın uyğun olub-olmadığını dəqiqləşdirin;
- təqdimatın xülasəsini tərtib edin;
- əlavə qeydlər götürərək məşq edin;
- rəngli illüstrasiyalar ilə canlandırın.

Aşağıdakılardan istifadə etməyin:

- təfərrüatlı siyahılar;
- rəqəmli cədvəllər;
- diqqəti yayındıran xüsusi effektlər;
- hazır mətnlərin üzündən oxumaq.



TƏQDİMETMƏ

MƏQSƏDLƏR



Təqdimatınızın məqsədinin aşağıdakılardan ibarət olub-olmadığını qərarlaşdırın:

- | | | |
|-----------------|---|--------------------------|
| Məlumat ötürmək | → | Demək |
| Təklif etmək | → | Satmaq |
| Həvəsləndirmək | → | Hərəkətə gətirmək |

TƏQDİMETMƏ

MƏZMUN



Ayrılan müddəti nəzərə alın. 10:1 çatdırma əmsalına nail olmaq üçün işinizi planlı tutun.

Mövzunu və əsas fikri formalaşdırın. Hər kəsin diqqətini cəlb edəcək qeyri-adi bir girişlə başlayın.

Bütün mümkün məsələlərin adını çəkin.
Beyin fırtınası aparın.

Vacib məqamlara toxunun. Sadə dildə danışın.

Veb-səhifələrə keçid və illüstrasiyalari göstərin.
Aydın və konkret tərtibatınız olsun.

Kartlar üzərində əsas məqamları qeyd edin. Hər kəsin diqqətini cəlb edəcək qeyri-adi bir yekun vurun.

Dinləyicilərin sizi başa düşüb-düşmədiyini yoxlayın.
Ümumiləşdirin və bitirin.



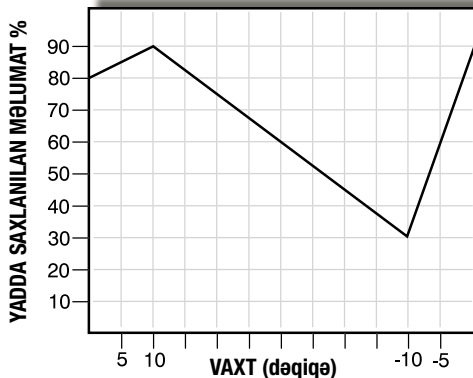
TƏQDİMETMƏ

ZAMANLAMA

YIĞCAM VƏ SADƏ MƏTN HAZIRLAYIN



Təqdimat zamanı vaxt keçdikcə məlumatları yaddasaxlama qabiliyyəti kəskin şəkildə zəifləyir. Odur ki, təqdimatlarınızı yığcam və mövzuya müvafiq şəkildə tərtib edin.



TƏQDİMETMƏ

İLKİN HAZIRLIQ

- Təqdimat otağını, cihaz və vəsaitləri yoxlayın.
- Dinləyicilərin adlarını və yerləşmə planını qeyd edin.
- Gündəliyi və vaxtı planlaşdırın.
- Entuziazm saçıın.
- Dərindən nəfəs alın.
- Təbəssümü üzünüzdən əskik etməyin.
- Ayaqüstə dayanın.
- Başınızı dik tutun.
- Ucadan danışın.



TƏQDİMETMƏ

TƏQDİMAT ZAMANI



Auditoriyanın diqqətini cəlb edəcək qeyri-adi bir girişlə başlayıb, elə bu cür yekunlaşdırın, məsələn:

- suallar verin;
 - fikirləri dəstəkləyin;
 - lətifə söyləyin;
 - obrazlı danışın;
 - hərəkətli olun;
 - təəccübləndirin;
 - audiovizual fənd göstərin.
-
- Onlara deyəcəklərinizi deyın.
 - Onlara deyın.
 - Onlara dediklərinizi deyın.



TƏQDİMETMƏ

TƏQDİMAT ZAMANI

- Tez-tez fasilə pauza verin.
- Lazımi sözləri vurğulayın.
- Eyni səs tonu, eyni sürət və tempolə danışmayın.
- "Hmm..." və "ııı..." kimi tərəddüd göstəricilərindən istifadə etməyin.
- Əsas ifadə və cümlələri təkrarlayın.
- Əllərinizi önünüzdə açaraq danışın.
- Qısa və sadə sözlərdən istifadə edin.
- Göz təması qurun.
- Səliqəli və şıq geyim ilə xoş təəssürat yaradın.



TƏQDİMETMƏ

TƏQDİMAT ZAMANI

VHF

Biz:

- oxuduqlarımızın 10 %-i
- eşitdiklərimizin 20 %-i
- gördüklərimizin 30 %-i
- hər üç kanalla, yəni həm görmək, həm eşitmək, həm də oxumaqla qəbul etdiklərimizin isə 70 %-ni yadda saxlaya bilirik.

- Görmə
- Eşitmə
- Hissetmə



TƏQDİMETMƏ

AUDİTORİYAYA NƏZARƏT



- Dinləyicilərin sual verməsinə imkan yaradın.
- Onların ehtiyaclarına həssaslıqla yanaşın.
- Maraq yaradın.
- Təqdimatın sonunda onların nə etməli və ya nə düşünməli olduqlarını qərarlaşdırın.
- Məqsədyönlü irəliləyişə əməl edərək uğur əldə edin.



TƏQDİMETMƏ

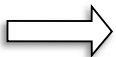
AUDİTORİYANIN SUALLARI



- Sualları qabaqcadan öyrənin.
- Vaxt qazanın.
- Sualları cavablandırmağı və məlumatlandırıcı materialları sona saxlayın.
- Ümumiləşdirin və birbaşa cavab verin.

Çətin sual ilə üzləşsəniz:

sualı ötürün



qrupa

sualı yönəldin



ekspertə

sualın istiqamətini
tərsinə çevirin



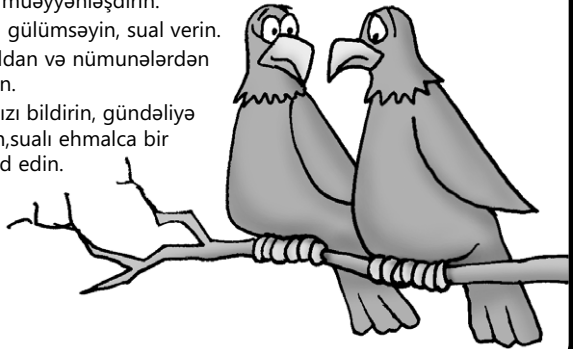
sualı verənin özünə

TƏQDİMETMƏ

AUDİTORİYANIN "QUZĞUNLARI"



- Tənqidbaz → başa düşün, dəyər verin və davam edin.
- Boşboğaz → səbirlə dinləyin, təşəkkür edin, yenidən diqqətinizi mövzuya yönəldin.
- Şikayətçi → replikalarının vacib olub-olmadığını müəyyənləşdirin.
- Qeybətçi → mane olun, gülümsəyin, sual verin.
- Hər şeylə maraqlanan → analogi üsuldən və nümunələrdən istifadə edin.
- Sözü-kəsən → heyranlığınızı bildirin, gündəliyə istinad edin, sualı ehmalca bir kənara qeyd edin.



TƏQDİMETMƏ

YAZILI TƏKLİFLƏRİN TƏRTİB EDİLMƏSİ

QURULUŞ



Yazılı təklif irəli sürürsünüzsə, təqdimatınızı aşağıdakı qaydada tərtib edin:

1. Müşayiət məktubu
2. Təklifin xülasəsi
3. Müştərinin məqsədləri
4. Tətbiq edilən metodlar və xərclər
5. Tələblər: yeni şərtlər, ehtiyac və öncəliklər
6. Təklif edilən təkmilləşmələr
7. İcra planı
8. Təchizatçının müstəsna faydaları
9. Xərclərin effektivliyi və investisiya üzrə gəlir
10. Əlavələr

TƏQDİMETMƏ

YAZILI TƏKLİFLƏR

NƏTİCƏNİ ÖZ XEYRİNİZƏ DƏYİŞİN



- İlk in smeta dəyərinin nə dərəcədə məqbul olduğunu əvvəlcədən yoxlayın.
- Hər bir səhifəni nömrələyin.
- Qrafik təsvirlərdən istifadə edin.
- Oxunaqlı mətn tərtib edin.
- Mətni hazırladıqdan sonra oxuyun və lazımı düzəlişləri edin.
- Qərar qəbul edən hər şəxs üçün bir nüsxə hazırlayın.
- Şəxsən təqdim edin.
- Əgər sizdən başqa, rəqibləriniz də təklif verəcəksə, onda siz təklifinizi ən sonda (və vaxtında!) təqdim edin.



TƏQDİMETMƏ

YAZILI TƏKLİFLƏR

MÜŞAYİƏT MƏKTUBU



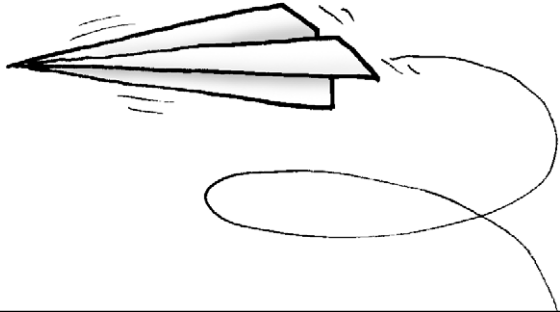
- Qərar qəbul edən hər bir şəxsin özünə uyğun hazırlayın.
- Bugünədək göstərdikləri köməliyə görə minnətdarlıq edin.
- Təklifin cavablandırılması üçün möhlətin son tarixini təyin edin.
- Növbəti addımı müəyyənləşdirərək özünüz təsdiq edin ("Cavabınızı gözləyirik" yazmayın).

TƏQDİMETMƏ

YAZILI TƏKLİFLƏR

ÜÇÜNCÜ TƏRƏFLƏRİN VASİTƏÇİLİYİ

- Mümkündürsə, təklifinizi üçüncü tərəf vasitəsilə təqdim etməyin.
- Vasitəçilərin işini onların yerinə özünüz icra edin: "Bu mənim işimdir".
- Onlar təklifi təqdim edəndə əlaqə saxlayacağınızı söyləyin.
- Praktiki araşdırma nümunələri və müştəri rəylərini daxil edin.
- Gedişatı izləyin.



TƏQDİMETMƏ

SƏRGİLƏR



Sərgilərdə potensial müştərilərlə söhbət etmək – cəmi bir neçə dəqiqə ərzində fikrinizi çox yığcam ifadə edəcəyiniz bir satış dövrəsi deməkdir.

- **Məqsəd** – yeni müştəriləri müəyyən etmək və onlara satmaq.
- **Fürsətlər** – yeni potensial müştərilər və onlarla bağlı əyani təsəvvürə malik olmaq.
- **Hazırlıq** – gələcək müştəriləri seçmək, onlara poçt göndərişləri yollamaq və görüşməzdən əvvəl telefonla əlaqə saxlamaq.
- **Sərgi zamanı** – cəld tərpənmək.

İSETA-nı müəyyən etmək üçün suallar verin:

İstəklər	"... bağlı ən çox nəyi bəyənirsiniz?"
Səlahiyyətli şəxs	"... təsdiqlənməsində iştirak edirsinizmi?"
Ehtiyaclar	"Müəssisənizin axtardığı məhz nədir?"
Tələb olunan müddət	"Araşdırmanızı nə vaxt bitirməyi planlaşdırırsınız?"
Alicılıq qabiliyyəti	"Nə qədər vəsait qoymağı düşünürsünüz?"

TƏQDİMETMƏ

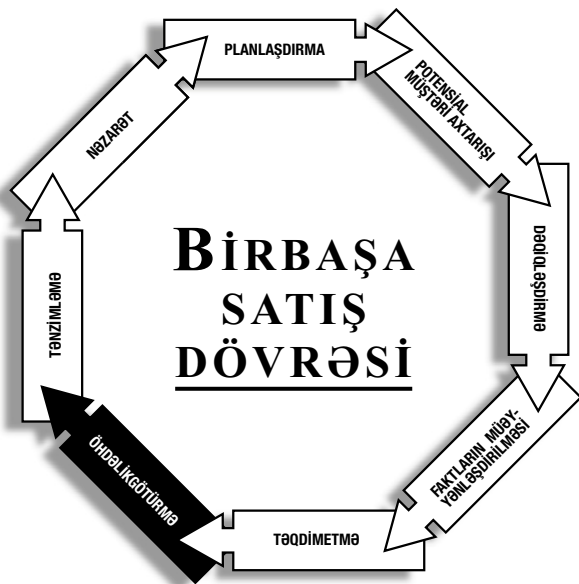
SƏRGİLƏR



Potensial müştərilərinizlə danışıarkən aşağıdakı qaydalara əməl edin:

- ✗ "Sizə kömək edə bilərəmmi?"– deyə soruşmayın.
- ✗ Qəfildən üzərinə "hücum etməyin".
- ✗ Görüşmək üçün növbəyə durmayın.
- ✗ Başına toplaşanların arasına girməyin.
- ✗ Ətrafında vurnuxmayın.
- ✓ Gülümsəyərək söhbətə dəvət işarəsi verin.
- ✓ Stendinizi səliqəli saxlayın.
- ✓ Sorğu formalarından istifadə edin.
- ✓ Növbəti addımları cəld yerinə yetirin.





ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

SATINALMA MEYARLARININ RAZILAŞDIRILMASI



Potensial müştərilərə "müstəsna xidmət faydaları"nızı müəyyənləşdirməyə imkan yaradın:

Hazırkı meyarları öyrənin (əgər varsa):

"Axtardığınız nədir və nə üçün məhz belə bir şey axtarırsınız?"

Meyarlarınızı **köməkçi** sualların köməyi ilə irəli sürün:

"Bəs?.." "... sizin üçün nə dərəcədə vacibdir?"

Meyarlarınızı **potensial müştərinizin** onlara verdiyi dəyər əsasında gücləndirin:

"Siz bu yolla nə qədər qənaət edərsiniz?"

Müstəsnalığınızı rəqiblərinizinki ilə qarşılaşdırın:

"Gəlin əsas məsələləri sadalayaq".

Müstəsnalığınızı rəqiblərinizinki ilə qarşılaşdırın:

"Demək, siz bunların hamısının vacib olduğunu qəbul edirsiniz?"

Yazılı şəkildə təsdiq edin:

"Qeyd etdiyiniz kimi..."

ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

TƏŞƏBBÜSKARLIĞINIZI QORUYUN



- Görüş gündəliklərinə **nəzarət edin**.
- Hər bir görüşün sonunda potensial müştərinizin sizinlə **əməkdaşlığa güclü istəyini** hiss edin.
- Növbəti addımlarla əlaqəli öhdəliklərin **kim tərəfindən** və **nə vaxt** icra ediləcəyini protokollaşdırın.
- Növbəti görüş tarixini gündəliyə qeyd edin.
- Görüşlər arasında telefonla əlaqə saxlayaraq **gedişatı nəzarətdə saxlayın**.



ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

ÜZ-ÜZƏ ETİRAZLAR



Etirazların əksəriyyəti **nəzərdə tutulan ehtiyacları** bildirir.

- Cavab verməzdən öncə qeyri-verbal siqnallarınızı tənzimləmək və düşünmək üçün **pauza verin**.
- Əminliklə cavab verin.
- Növbəti addımlara keçməzdən əvvəl etirazın həll edildiyinə əmin olun: "*Bu məsələni sizi qane edəcək dərəcədə əhatə etmişikmi?*"
- Faydalarınızı hələ başa salmamısınızsa, **onu sonraya saxlayın**: "*Bu məsələyə daha sonra qayda bilərəmmi?*"

Potensial müştəriniz məhz sizin satdığınız məhsulu/xidməti **istəyirsə**, onda öncəlik qiymət **deyil**.

Qiymət ilə əlaqədar etirazlar sizin öz faydalarınızı kifayət dərəcədə başa salmadığınızı göstərir.

ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

ÜZ-ÜZƏ ETİRAZLAR



- Ciddi etirazlar olanda:
 - **öncəliyi müəyyən edin:** "Bu nə dərəcədə vacibdir?"
 - **etirazı ehtiyac kimi ifadə edin:** "Deməli, onda sizin istədiyiniz məhz?.."
 - **razılığa gələrək yekunlaşdırmağa çalışın:**
"Başqa bir məsələ yoxdursa, davam edə bilərikmi?"
- **Kiçik** etirazlar olanda aşağıdakı kimi cümlələrdən istifadə edin:
 - "Nə **hiss etdiyinizi (düşündüyünüzü)** başa düşürəm..."
 - "Digər müştərilərimiz də **düşünmüşdülər ki...**"
 - "Amma sonra **gördülər ki...**"



ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

DANIŞIQLARIN APARILMASI

HAZIRLIQ



Danışıklara başlamazdan əvvəl aşağıdakıların siyahısını tutun:

- maksimal məqbul və minimal məqbul **məqsədləriniz**;
- **potensial müştərinizin vacib** istək və ehtiyacları;
- **onların arzuolunan** istək və ehtiyacları;
- razılaşdırılmış **xərc-fayda nisbəti**;
- sövdələşəcəyiniz **kiçik** güzəştlər.

ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

DANIŞIQLARIN APARILMASI BAŞLANGIC



Elə görüşdəcə:

- Qarşılıqlı anlaşma əldə edin: - onların məqsədlərini əsas götürdüyünüzü təsdiqləyin;
- qeydlər götürmək üçün icazə alın.
- Məqsədlər və növbəti proses barədə razılığa gəlin.
- Onların həmin tarixə qədər razılaşdırılmış mövqeyini ümumiləşdirin:
 - qiymətin deyil, **dəyərin** əsas götürülməsi;
 - onların öncəlikləri;
 - onların təklifiniz üzrə irəli sürdükləri satınalma meyarları;
 - əməkdaşlığın faydaları və xərclərə qənaət.



ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

DANIŞIQLARIN APARILMASI

ORTA



- Ən yüksək məqsədinizi adi məqsədlərinizdən biri kimi qiymətləndirin.
- İşlərinizdə hiylə və ya fırlıdağa yer olmadığını bildirin.
- Etiraz etməmişdən əvvəl məntiqli bir "ön söz"lə vəziyyəti yüngülləşdirin.
- Həssas məsələləri şəxsiləşdirməmək üçün feilin məchul növündən istifadə edin (məs.: "... qəbul etmirik" deyil, "... qəbul olunmur").
- Mövcud müştərilərin rəylərindən sitat gətirin.

ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

DANIŞIQLARIN APARILMASI

SON

Bu vaxtadək danışıkların qiymətlə bağlı hissəsi artıq başlamış olmalı idi. Müştərinin qiyməti soruşması onun **arzusundan** xəbər verir.

- Qiyməti əminliklə söyləyin.
- Faizlərdə deyil, pulda könülsüz güzəştə gedin.
- Faydalar ilə qarşılaşdırma aparın.
- Yalnız kiçik güzəştlər edin.
- Güzəştləri yekunlaşdırmağa çalışın.
- Onlara qalibyyət hissini yaşadın.



ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

DANIŞIQLARIN APARILMASI

ÇIXILMAZ VƏZİYYƏT YARANARSA...

1. Fasilə verin.
2. Protokollaşdırmanı qeyri-rəsmi olaraq dayandırın.
3. Vəzifəcə sizdən yüksək olanın sizi əvəz etməsini təklif edin.
4. Onların daha üst rəhbərliyinə müraciət edin.
5. Onlardan kömək istəyin.



ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

YEKUNLAŞDIRMA



Həmişə münasibətləri (fikir və rəyləri) və reaksiyaları müəyyənləşdirin.

Satınalma – faktla əsaslandırılmış emosiyadır.

İfadə edilən və ya **nəzərdə tutulan** ehtiyaclar **satınalma siqnallarıdır**.

Bu siqnalların nə dərəcədə vacib olduğunu dəqiqləşdirin, sonra danışıqları yekunlaşdırın.

Yekunlaşdırma – bütün satış dövrəsi **boyunca** öhdəlik götürmək deməkdir.

- Yekunlaşdırma cəhdi: "Artıq qərar qəbul etmək üçün kifayət qədər məlumata sahibsinizmi?"
- **Şərti** yekun: "Sifarişinizin nə vaxt/haraya çatdırılmasını istərdiniz?"
- Alternativ yekun: "Sifarişinizi bu ay, yoxsa gələn ay çatdıraraq?"
- **Sifarişin nə üçün məhz indi verilməsini əsaslandırın.**
- Sifariş sorğusundan sonra ağzınızı açmayın!

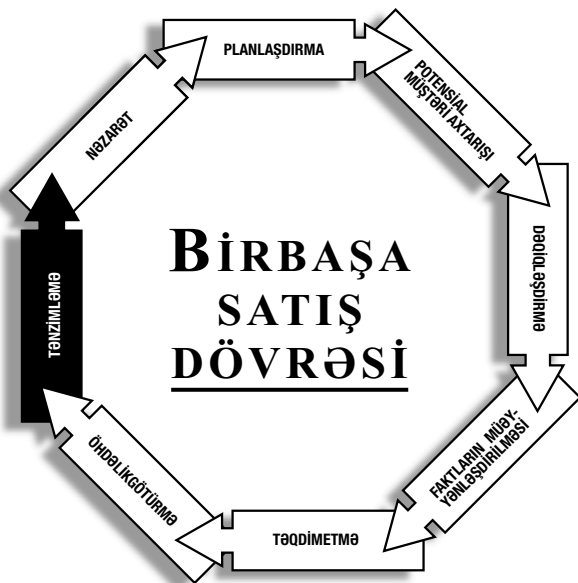
ÖHDƏLİKGÖTÜRMƏ

ETİK QAYDALAR



- Seçimləri təzyiq göstərmədən irəli sürün.
- Müştərilər onlara nəyinsə satıldığını deyil, nəyisə aldıklarını düşünməlidirlər.
- Satışa aidiyyəti olan məlumatları gizlətməyin.
- Məhdudiyyətlərlə bağlı dürüst olun və açıq danışın.





TƏNZİMLƏMƏ

MÜŞTƏRİYƏ XİDMƏT

DAXİL OLAN TELEFON ZƏNGLƏRİ



İnsanlar onların telefon zənglərinə verdiyiniz cavabın keyfiyyətinə əsasən haqqınızda fikir yürüdür:

- Dördüncü siqnaldan gec olmayaraq telefon zənginə təbəssümlə cavab verin.
- Xarici xəttə cavab verərkən əvvəlcə salamlayın ("Hər vaxtınız xeyir"), sonra müəssisənin adını və öz adınızı söyləyin və ardınca yardımınızı təkid edin: "Sizə necə kömək edə bilərəm?"
- Zəng edənin adını, hansı müəssisəni təmsil etdiyini, tələb olunan əlaqə məlumatlarını soruşun.
- Zəngi başqa xəttə yönləndirərkən bu barədə məlumat verin: "Təşəkkür edirəm, indi sizi başqa bir xəttə yönləndirirəm".
- Əgər suala cavab verəcək şəxs yerində yoxdursa, onda yenidən əlaqə saxlamaq üçün müştərinin telefon nömrəsi və ya mesajını qeyd edin.

TƏNZİMLƏMƏ

MÜŞTƏRİYƏ XİDMƏT

DAXİL OLAN TELEFON ZƏNGLƏRİ

- Sualın qarşısında səssiz qalmayın.
- Tez-tez xətdə gözlətməyin.
- Çox və fərqli xətlərə yönləndirməyin.
- Yenidən əlaqə saxlamağı xahiş etməyin.
- "...məşğuldur/nahardadır, gec gələr/harada olduğunu bilmirəm/hələ gəlməyib" kimi cavablar verməyin.



TƏNZİMLƏMƏ

MÜŞTƏRİYƏ XİDMƏT



- Hər bir müştəri üzrə potensial mənfəətlilik dərəcəsini müəyyənləşdirin:
 - A** - yüksək dərəcədə qısamüddətli potensial mənfəətlilik
 - B** - yüksək dərəcədə uzunmüddətli potensial mənfəətlilik
 - C** - aşağı dərəcədə potensial mənfəətlilik
- 80/20 qaydasına (Pareto prinsipi) riayət edin. Gəlirinizin 80 %-ini müştərilərinizin 20 %-dən götürürsünüz.

Diqqətinizi həmin 20 %-ə yönəldin.



TƏNZİMLƏMƏ

BAŞQA MÜŞTƏRİLƏRƏ YÖNLƏNDİRMƏ: VERİLƏCƏK SUALLAR



Müştəri məmnuniyyətini müəyyənləşdirin və münasibətlərin keyfiyyətini təsdiqləyin. Sonra isə soruşun:

- Sizinlə birgə layihəməzlə bağlı müəyyən şeylər öyrənmək istərdik: bir-iki dəqiqə vaxtınızı ala bilərəmmi?
- Qısa müddət ərzində ən çox fayda verən nə oldu?
- Sizin/komandanız/müəssisəniz üçün hansı daha uzunmüddətli nəticələr proqnozlaşdırılır?
- Faydaların gücləndirilməsi üçün gələcəyə dair planlar/tədbirlər varmı?
- Bəs təsirlər, məsələn, bütövlükdə təchizat zəncirinə olan təsirlər barədə nə deyə bilərsiniz?
- Sizdən istinad mənbəyi və ya praktiki nümunə kimi istifadə edə bilərikmi?
- Üğurunuzu başqa kimlərlə paylaşmağımızı istərdiniz:
 - təchizat zənciri daxilində?
 - müəssisəniz daxilində?
- Kimlərlə? Nə üçün məhz onlarla? Onlar bundan necə faydalana bilərlər? Rolları nədən ibarətdir? Neçə müddətdir ki, fəaliyyət göstərirlər? Qarşılıqlı əlaqələriniz barədə nə deyə bilərsiniz?
- Sizin bizi yönləndirdiyinizi onlara söyləyə bilərəmmi?
- Onlarla əlaqə qurmaq üçün ən uyğun vaxt və üsulu söyləyə bilərsinizmi?

TƏNZİMLƏMƏ

MƏMNUNİYYƏTİN ARAŞDIRILMASI



- Xidmətlərinizi təkmilləşdirmək üçün müştərilərin rəylərindən istifadə edin.
- Onların məmnuniyyətini qiymətləndirmək üçün qarşınıza hədəflər qoyun.
- Telefon və poçt vasitəsilə sadə anketlərdən istifadə edin:
Məmnuniyyət səviyyəsini, istifadə vacibliyi və **sürəkliliyini** öyrənin.
- Keyfiyyətin yüksək olduğu əsas sahələri dəqiqləşdirin:
Çatdırılma, qablaşdırma, istifadə təlimatları, quraşdırma, təlim, xidmət heyətinin (satış, inzibati idarəetmə, texniki dəstək) performans, məhsulun performansı.
- Müştərilər sizdən satın almağı dayandırdıqda **səbəbini öyrənin**. Adətən, müştərilərin 10 %-dən az hissəsi qiymətin baha olmasına görə, 80 %-dən çoxu isə xidmətin zəifliyinə görə satın almağı dayandırır!

TƏNZİMLƏMƏ

ŞİKAYƏTLƏRİN HƏLL EDİLMƏSİ

MƏKTUBLA



Hər **on** şikayətdən yalnız **biri** təhizatçılara çatır;
LAKİN
bir şikayətçi narazılığını **on potensial müştəriyə** çatdırır.

*Sizdən
narazıyam.*

*X şirkətindən
narazıyam.*

- Şikayət daxil olduqdan sonra bir gün ərzində elektron məktub, faks və ya telefon vasitəsilə üzrxahlıq edin.
- Problemlərin həlli üçün tarix təyin edin və yubarmaya yol verməyin.
- Problemləri ümumiləşdirin və məşğul olacağınızı bildirin.
- Təşəkkür edin.
- Problemi həll etdikdən sonra yenidən əlaqə saxlayaraq məmnuniyyət səviyyəsini öyrənin.



103

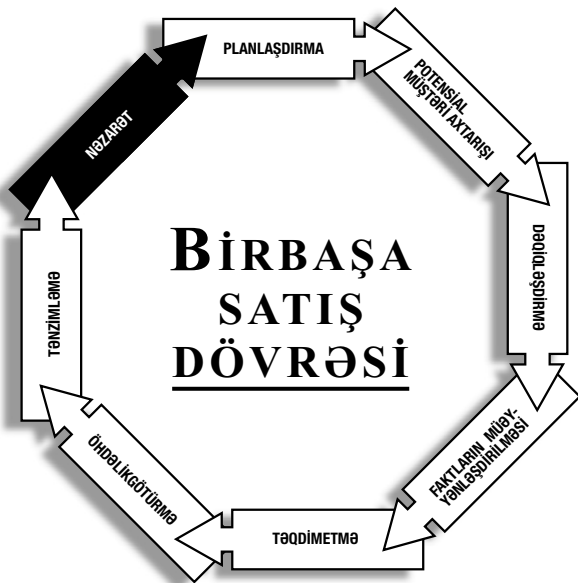
TƏNZİMLƏMƏ

ŞİKAYƏTLƏRİN HƏLL EDİLMƏSİ

TELEFONLA

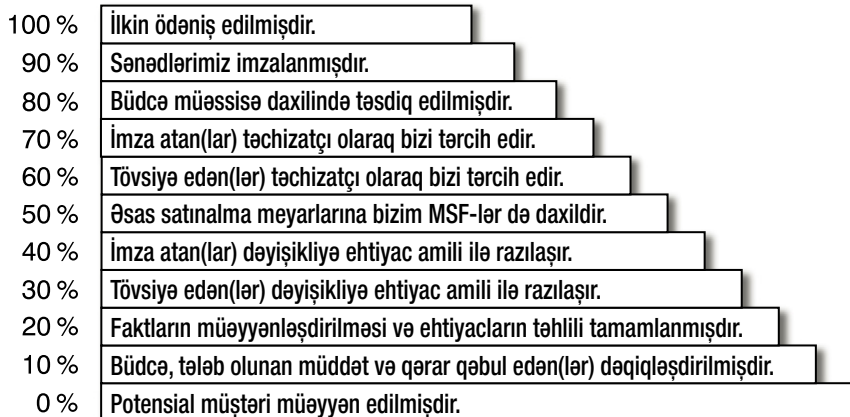
- Şikayəti dinləyin və təmkininizi qoruyun.
- Şikayətçinin sözünü kəsməyin və ya təqsiri ona atmayın.
- Faktları dəqiqləşdirmək üçün köməkçi suallar verin.
- Şikayətçini düzgün başa düşüb-düşmədiyinizi dəqiqləşdirin.
- Üzr istəyin və kompensasiya təklif edin.
- Görüləcək tədbir və müddətlə bağlı razılığa gəlin.
- Təşəkkür edin.
- Dəstəyi şikayətçidən sonra asın.





NƏZARƏT

MÜMKÜNLÜYÜN PROQNOZLAŞDIRILMASI



NƏZARƏT

ƏSAS PROQNOZ VERİLƏNLƏRİ



- Müəssisənin adı və yeri
- Təklif ediləcək məhsul/xidmət
- Ümumi dəyər
- Mümkünlük dərəcəsi
- Hesablanmış dəyər (ümumi dəyər x mümkünlük dərəcəsi)
- Aparıcı imza atanın adı və vəzifəsi
- Aparıcı tövsiyə edənin adı və vəzifəsi
- İlk görüşün tarixi
- Təklifin verilmə tarixi
- Sifarişin çatdırılma tarixi
- Növbəti görüş tarixi
- Məlum rəqiblər



NƏZARƏT

QIRMIZI BAYRAQLARIN – HƏYƏCAN SİQNALLARININ PROQNOZLAŞDIRILMASI



- 🚩 Hər bir "qırmızı bayraq" proqnozun mümkünlüyünü 10 % azaldır:
- 🚩 Qərar qəbul edən səlahiyyətli şəxs ilə görüşülməyib.
- 🚩 **İSETA** üzrə faktların müəyyənləşdirilməsi tamamlanmayıb.
- 🚩 Qərar qəbul edən şəxslərin səlahiyyətində/müəssisənin strukturunda dəyişiklik edilib.
- 🚩 Xərclər əsaslandırılmayıb.
- 🚩 Siz ilk görüşə gedənədək rəqibiniz təklif təqdim edib. Növbəti görüş təyin edilməyib.

NƏZARƏT

SATIŞ HESABATLARI



- Aşağıdakı göstəricilər üzrə qrafik təsvirlərin köməyiylə əsas nəticələri izləyin:
 - hər ay təqdim edilən təkliflərin sayı;
 - hər həftə edilən zənglərin sayı;
 - hər müştəri üzrə proqnozların dəqiqliyi.
- Uğurları və çətin tapşırıqları komanda ilə bölüşün.
- Öz performansınızı qiymətləndirin.
- Birgə görüşlərə köməkçi (sırası) heyəti də dəvət edin.



NƏZARƏT

SATIŞ HESABATLARI

MƏŞƏLDƏŞİYAN OLUN

Sözlərlə deyil, rəqəmlərlə qiymətləndirin.

- Qrafik təsvirlərdən istifadə edin.
- Yalnız vacib verilənlərə əsaslanın.
- Özünüzü təhlil edin.
- Hərəkətə təkan verin.



NƏZARƏT

AKTİVLİK ƏMSALLARI

PROSESLƏR ZƏNCİRİNİ QORUYUB SAXLAYIN



- **Faktiki** aktivlik göstəricilərinizin cədvəlini tərtib edin.
- Aktivlik **hədəflərinizi** bu cədvələ daxil edin.
- **Hazırkı** əmsallarınızı cədvəlini tərtib edin.
- **Tələb olunan** əmsalları təhlil edin.

Misal:

	HAZIRKI	HƏDƏF (10 % təkmilləşmə)
Hər görüş üzrə telefon zəngləri	10	9
Hər qiymət təklifi üzrə görüşlər	5	4.5
Hər sifariş üzrə qiymət təklifləri	3	2.7
= hər sifariş üzrə görüşlər	15	12
= hər sifariş üzrə telefon zəngləri	150	108

= 28% təkmilləşmə!

NƏZARƏT

ÖDƏNİŞLƏRİN ALINMASI



- Ən yaxşı üsul – satış nöqtəsinə şəxsən getməkdir.
- Çeklə ödəmə üçün müraciət prosedurunı dəqiqləşdirin.
- Kredit şərtlərində güzəştə getməyin.
- Sifariş verildikdən sonra ilkin ödəniş alın.
- Ödəniş edilmədiyi təqdirdə cərimə məbləği tələb olunacağını sifərişi təsdiq məktubunda qeyd edin.

Problemlərlə qarşılaşsanız:

- Xəbərdarlıq edilməsini gözləməyin.
- Xidmətdə heç bir problemin olmadığını dəqiqləşdirin.
- Məsələni imza atana (üst rəhbərliyə) yönəldin.
- Ödənişi şəxsən alın.
- İnadkarlıq nümayiş etdirin.



NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



- Praktiki araşdırma nümunələrdən uğurunuzun oriyentirləri kimi istifadə edin.
- Aşağıdakıları tərtib edin:
 - ümumi fəaliyyət ssenarisi;
 - mövcud problem və fürsətlər;
 - seçilmiş variantlar;
 - nəticələr və gəlirlər.
- Müştərinin razılığını alın.

NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



- **Maraqlı tərəflərin** heç birini proseslərdən **kənar**da qoymayın.
- Təklifinizin aşağıdakılara təsiri barədə məlumat verin:
 - müəssisəniz daxilindəki sırası və dəstək heyətinə;
 - müştərinizin təchizat zəncirinə.
- Maraqlı tərəflərə aşağıdakılar daxildir:
 - müştərilər və təchizatçılar;
 - direktorlar və bütün işçi heyəti;
 - (və məqsədəuyğun olarsa) geniş ictimaiyyət.

NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



- Potensial müştərilərinizi sadəcə müştəri kimi deyil, adi insan kimi də tanımağa çalışın:
 - onların bəyəndikləri və bəyənmədikləri xüsusiyyətləri;
 - onların **dəyər** verdikləri amillər və səbəbləri.
- Öz dəyərlərinizi açıqlayın və potensial müştərilərinizlə ortaq dəyərlərinizi **vurğulayın**.



NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



- "Davamlı ünsiyyət" kampaniyasına başlayın.
- Sosial tədbirlər təşkil edin.
- Seminarlarda təcrübənizi, bilik və bacarıqlarınızı paylaşın.
- Mətbuata vacib və maraqlı məsələlərə dair məqalə və məlumatlar göndərin.



NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



- Rəqiblərinizdən geridə qalmayın:
 - xüsusi təkliflər barədə məlumat verin.
 - müntəzəm şəkildə rəqiblərinizin **S** ("strengths") güclü tərəflərini;
W ("weaknesses") zəif tərəflərini;
O ("opportunities") fürsətlərini;
T ("threats") təhlükələrini...
araşdırın.
- Müştərilərinizin qarşısında rəqiblərinizi tənqid etməyin.
- Müştərilərdən digər təchizatçılar barədə nə düşündüklərini, xüsusilə də onlardan məhsul alıb-almadıqlarını və səbəblərini soruşun.

NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



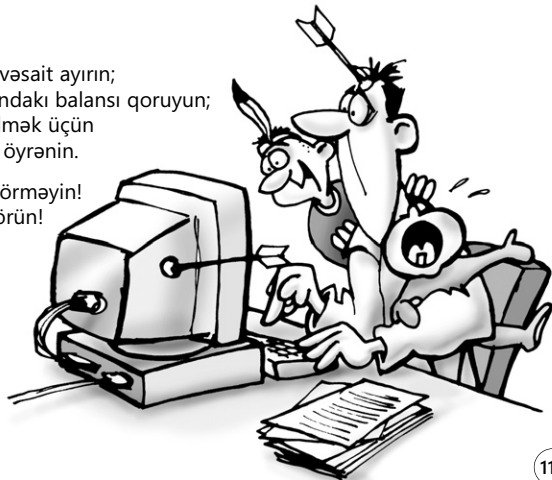
- Müştəri ilə tərəfdaşlığı heç vaxt öz axarına buraxmayın.
- Həmişə dəyər əlavə etməyin yollarını axtarın.
- Dünənki mükəmməl xidmət standartı bugünkü adi məmnuniyyət və sabahkı narazılığın səbəbidir.
- Biznes Mükəmməlliyi Modelindən istifadə etməklə ən yaxşı nəticələrlə müqayisəli qiymətləndirmə aparın.

NƏZARƏT

MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİ



- Özünüzü idarə edin:
 - şəxsi və peşəkar inkişafınıza vəsait ayırın;
 - işiniz və şəxsi həyatınız arasındakı balansı qoruyun;
 - davamlı olaraq təkmilləşə bilmək üçün başqalarının fikir və rəylərini öyrənin.
- İşləri sadəcə lazımi qaydada görməyin!
Lazımi işləri lazımi qaydada görün!



NƏZARƏT

YENİ BİZNESİN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ

ÖZÜNÜ YOXLA



Performansınızı bu şkala üzrə qiymətləndirin: 0 = heç vaxt, 1 = bəzən, 2 = həmişə.

Yeni görüş təyin etməzdən öncə mən:

a. müştərinin strateji məsələləri ilə bağlı ən son məlumatları əldə edirəm	0	1	2
b. hazırkı qeyri-rəsmi xəbərləri öyrənmək üçün mövcud əlaqələrimdən istifadə edirəm	0	1	2
c. müəssisənin son hesabatı və çap materialları ilə tanış oluram	0	1	2
d. onların strategiyalarına uyğun olan fayda bəyanatları hazırlayıram	0	1	2
e. onların mümkün etirazları və mənim cavablarım üzərində düşünürəm	0	1	2

Görüş təyin edərkən mən:

f. qəbul şəbəsində rəhbərliyin şəxsi köməkçinin adını dəqiqləşdirirəm	0	1	2
g. kömək üçün rəhbərliyin şəxsi köməkçisinə müraciət edirəm	0	1	2
h. toplantia (əgər toplantıdadırlarsa) mane olub-olmadığımı dəqiqləşdirirəm	0	1	2
i. qərar qəbuletmə prosesini və zamanlamasını müəyyənləşdirirəm	0	1	2
j. razılıq ala bilmək üçün bir neçə variant irəli sürürəm	0	1	2

NƏZARƏT

YENİ BİZNESİN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ

ÖZÜNÜ YOXLA



İlk görüşdə mən:

k. onların şəxsi tərzini təhlil edir və bu tərzə uyğunlaşırım	0	1	2
l. onların məqsədlərinin həyata keçirilməsində öz rolumu vurğulayıram	0	1	2
m. qeydlər götürmək üçün icazə alıram	0	1	2
n. müəssisənin strategiyaları barədə soruşuram	0	1	2
o. şəxsi öncəliklər barədə soruşuram	0	1	2

Dəyərimi satmaq üçün mən:

p. problemlərin təsiri barədə ətraflı danışmalarını xahiş edirəm	0	1	2
q. xərc və gəlirə təsiri qiymətləndirmələrini xahiş edirəm	0	1	2
r. onların xərclərini bizim xərc-fayda nisbəti ilə qarşılaşdırıram	0	1	2
s. müstəsnalığımızı onların satınalma meyarlarına daxil edirəm	0	1	2
t. fikirlərimi praktiki araşdırma nümunələri və sübutlarla əsaslandırırım	0	1	2

NƏZARƏT

SON SÖZ

QIYMƏTİN DƏYƏRİ – DƏYƏRİN QIYMƏTİ



Bu dünyada kiminsə bir az keyfiyyətsiz hazırlayıb bir az ucuz sata bilmədiyi hər hansı bir şey çətin tapılar. Beləsinin qurbanı isə, təbii olaraq, yalnız qiymət haqqında düşünən insanlardır.

Bir şeyi həddən çox baha almaq ağılsızlıqdır, ancaq həddən çox ucuz almaq da eyni dərəcədə ağılsızlıqdır.

Həddən çox baha alanda siz, sadəcə, bir az pul itirirsiniz.

Həddən çox ucuz alanda isə bəzən hər şeyi itirirsiniz, çünki bir işi görmək məqsədilə aldığınız həmin şey bu işi görmək xüsusiyyətinə və keyfiyyətinə malik olmur.

Biznesin qanunu belədir: az ödəyib çox şey əldə etmək olmaz. Bu, mümkün deyil.

Ən aşağı qiymət təklifini seçirsinizsə, yaranacaq risklərə qarşı da tədbirli olsanız, yaxşı olar.

Və əgər siz bu qanuna əməl etsəniz, daha keyfiyyətli olanı almaq üçün kifayət qədər pulunuz olacaq.

Con Raskin

Müəllif haqqında

Klayv Bonni

Klayv iş təcrübəsinə xarici ölkələrdə könüllü xidmətlə başlamış, daha sonra isə Böyük Britaniya, Almaniya və ABŞ şirkətlərində mühasibat uçotu, marketing, müştəri xidmətləri və satışın idarə edilməsi üzrə sahələrdə karyera yüksəlişinə nail olmuşdur. Baş direktor vəzifəsində çalışdığı 2 il ərzində müştəri bazasını 10 dəfə artıraraq xalis mənfəəti 6,8 %-dən 18,2 %-dək artırmışdır. Klayv 1989-cu ildən bəri "Strategic Management Partners" ("Strateji İdarəetmə Tərəfdaşları") şirkətinin sahibi və rəhbəridir: müəssisələrə müvəqqəti idarəetmə dəstəyi göstərməklə yanaşı, müxtəlif təchizat zəncirləri arasında ən qabaqcıl təcrübə üzrə məsləhət xidməti göstərir. O, idarəetmə üzrə məsləhətçi, vasitəçi və əmtəə nişanları üzrə rəsmi nümayəndə kimi peşəkar təcrübə və ixtisas dərəcəsinə malikdir. Həmçinin, Klayv maraqlı tərəflərin, təchizat zəncirlərinin, yeniliklərin və davamlı inkişaf potensialının dəyərini artıran "Responsible Business Standard" ("Məsul Biznes Standartı") sertifikatına sahib, təlim almış bir qiymətləndirmə mütəxəssisidir. O, Kral İncəsənət və Peşə Cəmiyyətinin üzvüdür və layihələri onu Afrika, Yaxın Şərq, Asiya və Avropanın bir sıra ölkələrinə aparıb çıxarmışdır. İşdənkenar vaxtlarında Klayv təkərrüf konisürmə və oriyentirinq (səmti müəyyənləşdirmə) idman növləri ilə məşğul olur.



Əlaqə

Klayv ilə "Strategic Management Partners" şirkətinin rəsmi veb-saytı www.consult-smp.com və aşağıdakı ünvan və telefon nömrəsi vasitəsilə əlaqə qurmaq olar:

Clive@consult-smp.com; tel: +44 (0) 7973 799153

Dəyər dəyəri dəstəkləyəndə uğurdan uğur törəyir.