

PAZARLAMA, SATIŞ VE MÜŞTERİ YÖNETİMİ

Modül 07 · Ders 1 · 45 dakika

Daha çok müşteri değil, daha doğru müşteri
gerekir.

KOBİ Finansal Okuryazarlık



Önceki Dersten Köprü

02

İyi insan doğru müşteriye satış yapmazsa sistem eksik kalır.

Geçen ders doğru insanı işe almayı konuştuk.
Bugün o insanların kime satacağını ve nasıl satacağını
konuşacağız.
Ekip iyi olsa da yanlış müşteriye satış işletmeyi yorar.

Pazarlama ve satış, işletmenin gelir motorudur.

Açılış Sorusu

03

Pazarlama ile satış aynı şey mi?

Salona sorun:

“Pazarlama ile satış aynı şey mi?”

Genellikle cevap “evet” gelir.
Bugünkü dersin ilk görevi bu yanlışı düzeltmek.

Satış bugünü, pazarlama yarını yönetir.

Dersin 3 Kalp Cümlesi

04

Bu üç mesaj ders boyunca tekrar edilecek.

- Pazarlama yarını, satış bugünü yönetir.
- Mevcut müşteriyi ihmal etmek, dolu kovayı boşaltmaktır.
- En iyi reklam, memnun müşterinin tavsiyesidir.

KOBİ'nin hedefi daha çok müşteri değil, daha doğru müşteridir.

Pazarlama ≠ Satış

05

İkisi birlikte çalışır ama aynı işi yapmaz.

Satış

Bugünü yönetir
Elindeki ürünü satar
Teklif, görüşme, kapanış
Nakit akışına hızlı etki eder

Pazarlama

Yarını yönetir
Müşterinin sizi bulmasını sağlar
Güven ve talep oluşturur
Satış maliyetini düşürür

İyi pazarlama yapan işletme satışta daha az yorulur.

KOBİ'nin Hatası: Hep Satış

06

Pazarlama yoksa patron sürekli sahada koşar.

Pazarlama sıfır, satış maksimum.
Kapı kapı dolaşır, fiyat kırar, yorulur.
Müşteri sizi bulmadığı için siz müşteriye kovalamak zorunda kalırsınız.

Müşteri sizi bulamıyorsa, satış maliyetiniz artar.

Müşteri Kimdir? 4 Soru

07

Herkese satmaya çalışan, kimseye net görünmez.

- Kim? Yaş, gelir, meslek, alışkanlık.
- Ne istiyor? Ürünü değil, çözdüğü sorunu alır.
- Nereden buluyor? Google, tavsiye, sosyal medya, fuar.
- Neden sizi seçsin? Fiyat, kalite, güven, hız.

Herkes müşteri değildir; hedefsiz satış masraftır.

Müşteri Matkap Almaz

08

Müşteri ürünü değil, sonucu satın alır.

Müşteri matkap almıyor.

Duvarda delik açma çözümü alıyor.

Ürün odaklı konuşursanız teknik detay anlatırsınız.
Sorun odaklı konuşursanız müşteri kendini görür.
Pazarlama, ürününüzün hangi acıyı çözdüğünü anlatır.

Ürün değil, çözüm satılır.

Ayakkabı Fabrikası Bağlantısı

Pazar araştırması yapılmadan yatırım pahaliya patlar.

Ders 1'deki ayakkabı fabrikasını hatırlayın.
Oğul pazar araştırması yapmadan üretime girdi.
Tasarımcı, pazarlamacı ve bankacı uyardı; dinlemedi.
Ürün vardı, pazar yoktu.



09

Pazarı test etmeden üretmek, depoya zarar koymaktır.

Doğru Müşteri / Yanlış Müşteri

10

Her müşteri iyi müşteri değildir.

Doğru müşteri

Zamanında öder
Kâr bırakır
Az sorun çıkarır
Referans getirir

Yanlış müşteri

Geç öder
Sürekli indirim ister
Ekibi yorar
Kâr bırakmaz

Yanlış müşteri, reklamla kazandığınız zarardır.

Yanlış Müşteri Neden Pahalıdır?

11

Sorun yalnız fiyat değildir; zaman ve enerji de giderdir.

- Tahsilat süresini uzatır
- Personelin zamanını yer
- Referans değil, risk üretir
- Sürekli pazarlıkla marjı düşürür
- Şikâyet ve iade maliyeti doğurur
- Patronu gereksiz meşgul eder

Müşteri seçimi, finansal karardır.

Müşteri Edinme Maliyeti

12

Bir müşteri size kaçta geliyor?

Formül:

Reklam + satış gideri ÷ yeni müşteri sayısı

Örnek: 10.000 TL reklam / 20 yeni müşteri = müşteri başı 500 TL maliyet

Müşteri kazanmak bedava değildir.

5 Pazarlama Hatası Haritası

13

Bu hatalar pazarlamayı masrafa çevirir.

- Herkese satmaya çalışmak
- Ürün odaklı düşünmek
- Mevcut müşteriye ihmal etmek
- Sosyal medyayı yanlış kullanmak
- Sözleşmesiz iş yapmak

Pazarlama plansızsa, satış tesadüfe kalır.

Hata 1: Herkese Satmak

14

“Herkes benim müşterim” cümlesi tehlikelidir.

Herkese hitap eden marka akılda kalmaz.
Mesaj belirsizleşir, reklam pahalılaşır.
Doğru hedef yoksa doğru teklif de yoktur.

Herkese satmaya çalışan, kimseye net görünmez.

Hata 2: Ürün Odaklı Düşünmek

15

“Ben iyi ürün yapıyorum, kendisi gelir” yanılgısı.

İyi ürün tek başına yetmez.
Müşteri iyi ürünü değil, bildiği ve güvendiği çözümü seçer.
Ürününüzün hangi problemi çözdüğünü anlatın.

Ürün kalitesi pazarlamanın yerine geçmez.

Hata 3: Mevcut Müşteriyi İhmal

16

Dolu kovayı boşaltmak.

Yeni müşteri bulmak pahalıdır.
Eski müşteri sizi tanır, karar süresi kısadır.
Son 6 ayda eski müşterilerinizi sadece “nasılsınız?” diye aradınız mı?

En ucuz satış, eski müşteriye yapılan satıştır.

Hata 4: Sosyal Medyayı Yanlış Kullanmak

17

Sosyal medya satış baskısı değil, güven inşasıdır.

Her paylaşım “satın al” demek zorunda değildir.
Gerçek iş, gerçek müşteri, gerçek fayda gösterin.
Sosyal medya vitrin değil, güven köprüsüdür.

Önce güven, sonra satış.

Hata 5: Sözleşmesiz İş

18

Sözleşmesiz satış, tahsilat riskidir.

Sözleşme yoksa teslimat, vade ve sorumluluk belirsizdir.
Belirsizlik tahsilatı zorlaştırır.
Özellikle vadeli satışta yazılı şart olmadan risk patronun cebindedir.

Sözleşmesiz satış, tahsilat riskini patronun cebine koyar.

Sadık Müşteri En Ucuz Pazarlamacıdır

Memnun müşteri sizin adınıza konuşur.

Mevcut müşteri tavsiyesi
Referans müşteri
Sosyal medya
Dijital içerik
Ücretli reklam



Bütçe yoksa tavsiyeyi büyütün; bütçe varsa önce sadakati güçlendirin.

Müşteri Sadakati Nasıl Kazanılır?

20

KOBİ'nin avantajı yüz yüze ilişkidir.

- Söz ver, tut
- Müşteriyi ismiyle tanı
- Küçük jesti küçümseme
- Sorun çıkınca kaçma, çöz
- Aldıktan sonra da ara
- Şikâyeti erken yakala

Para önemli ama insanlar değer görmek için de çalışır ve alışveriş yapar.

Dijitalde 3 Soru

21

Dijital varlık reklam değil, bulunabilirliktir.

- Müşteri sizi Google'da bulabiliyor mu?
- Profiliniz güven veriyor mu?
- WhatsApp / telefon kolay görünüyor mu?



Müşteri sizi bulamıyorsa rakibinizi bulur.

Minimum Dijital Varlık

22

KOBİ için başlangıç listesi.



Google İşletme Profili



WhatsApp ile hızlı iletişim



Müşteri yorumlarını takip



Düzenli ve gerçek sosyal medya içeriği



Basit web sayfası / landing page



Ürün/hizmet fotoğraflarını güncel tut

Dijitalde olmamak, tabelayı söküp içeride beklemeye benzer.

Yarın Sabah 5 Kontrol

23

Müşteri listenize bakın.

- En kârlı 10 müşteriniz kim?
- En çok yoran 10 müşteriniz kim?
- Son 6 ayda kim tekrar aldı?
- Sözleşmesiz çalıştığınız müşteri var mı?
- Google'da işletmeniz doğru görünüyor mu?

Satış yapmak değil, doğru müşteriyi yönetmek gerekir.

Kapanış ve Sonraki Ders

24

Müşteriyi kazandık. Şimdi kazandığımızı koruyacağız.

Pazarlama yarını, satış bugünü yönetir.
Doğru müşteri kâr ve nakit bırakır.
Eski müşteri ihmal edilirse dolu kova boşalır.
Sonraki ders: Risk Yönetimi - Kur, Afet, Sigorta.

Daha çok müşteri değil, daha doğru müşteri gerekir.