



Yağ Satarım Bal Satarım Satış Oyunu Etkinlik Ölçümü Sonuç Raporu

Fuad Almeman
Proje Baş Danışmanı

Aralık 2009

www.satisoyunu.com

Muallim Naci Cd. No. 53/2 Ortaköy - İstanbul * T: 212.259 3224 * F: 212.261 8303 * www.unicon.com.tr

Alaçam Sk. No. 1/8 Kavaklıdere - Ankara * T: 312.467 7551 * F: 312.4677651

“Karlı Satışların Sürdürülebilmesi”

Düşük Bütçe ve Etkin Araçla Satış Performansının Artırılması

GİRİŞ

Organizasyonlar her sene satışlarını artırabilmek için farklı alanlara milyonlarca liralık yatırımlar yapıyorlar. Her yatırım daha fazla satış yapabilmeyi ve organizasyonları daha da büyütmeyi amaçlıyor. Organizasyonların, satışı artırmak adına bu kadar kolay para harcamalarını anlamak aslında hiç de zor değil, çünkü satış her organizasyonun can damarıdır ve bu alana yapılan yatırımların geri dönüş hızı (eğer doğru bir yatırımsa) oldukça da hızlıdır.

Ancak satış için yapılan her yatırım, her zaman istenilen sonuçları ortaya çıkarmıyor. Yatırım yapan firmalardan bazıları kısa sürede iyi sonuçlar elde ederken bazıları da daha zor süreçlerden geçiyor. Satışlarını ve kendilerini büyüten firmaları ve yatırımlarını incelediğimizde, aslında firmaların temelde bazı uygulamaları doğru olarak yaptığını görüyoruz. Başarısız olan firmaların ise yatırımlarını yönlendirirken bazı noktaları gözden kaçırdığını tespit etmek hiç de zor değil.

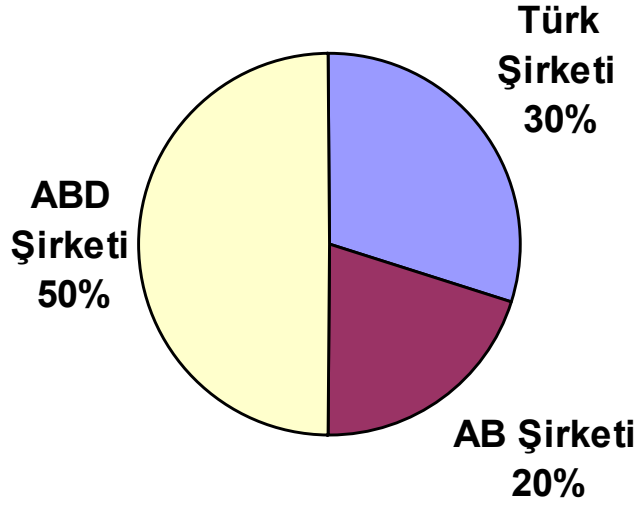
Bu rapor, firmaların satış sürecinde firmaların yaşadıkları sıkıntıları analiz ederek Yağ Satarım Bal Satarım Oyunun kullanımı neticesinde elde edilen iyileşme düzeyleri hakkında bilgi vermektedir

Araştırma Sonuçları

Genel Bilgiler

2008 yılında İngiltere’de yapılan sonrasında Türkiye’de uyarlanarak **UNICON Danışmanlık** tarafından gerçekleştirilen bu araştırmada elde edilen veriler, bilgiye dönüştürülerek organizasyonların doğru odaklanmasına ve başarılı sonuçlar elde etmesine faydalı oluyor. Basit, hızlı, okunabilir ve hayata kolay geçirilebilir uygulamalar bu raporda yer almıştır.

- ❖ Araştırma ilk etapta ABD ve AB firmaları arasında yapılmış, sonrasında Türk firmalarında da uygulanmıştır. Araştırma sorularının bir bölümü Satış Yöneticilerine, bir bölümü Satış Personeline sorulmuştur. lm sonuçları ise sadece Türk firmalarından elde edilmiştir.



1. Alan

Satış Personelini yönlendiren satış süreci mevcut mu?

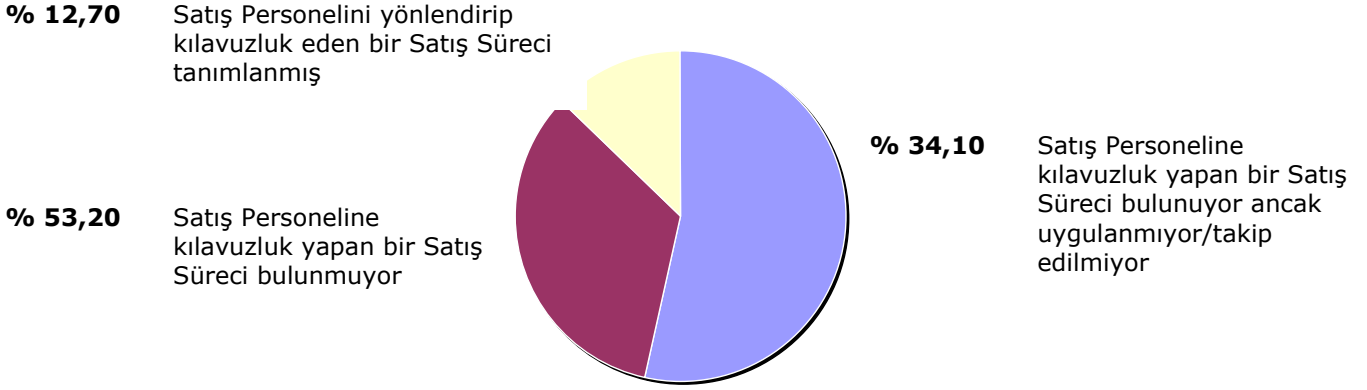
SATIŞLARA ETKİSİ :

Çok yüksek

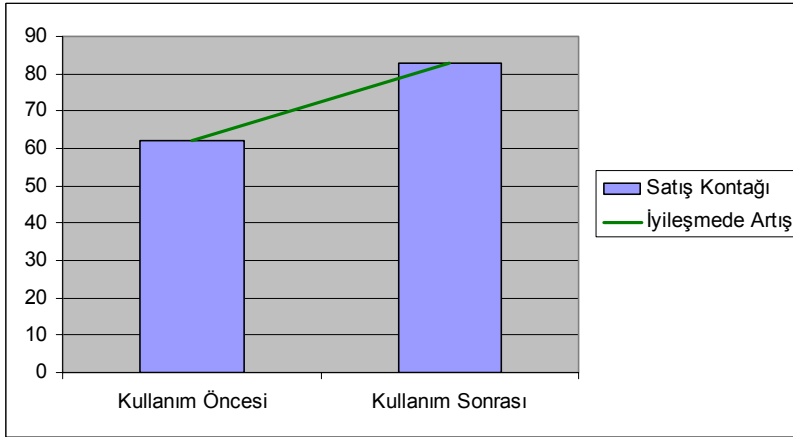
NE YAPILMALI:

Organizasyona göre uyarlanmış satış süreci oluşturularak izlenmeli

- Cevap veren organizasyonlar içinde % 87,3 'ü Satış Personelini yönlendiren satış süreçlerinin olmadığını veya sürecin uygulanmadığını belirtmiştir.



YSBS kullanımı ile Satış Sürecinin devamlılığının sağlanması



Cevaplanması gerekenler

- Başlattığınız Program sonunda yönlendirici bir süreciniz olacak mı?
- Satış süreci test edildi mi?
- Satış süreci satış personeli tarafından uygulandı mı?
- Satış sürecine ait gerekli dokümanlar oluşturuldu mu?

Kritik Başarı Faktörü: Satış sürecinin oluşmasında müşterilerinizi de işin bir parçası haline getirin. En iyi uygulamaları öğrenerek bunların süreç içinde yer almasını sağlayın.

2. Alan

Satış Personeli kendilerinden beklenenleri tam olarak karşılayamıyor

SATIŞLARA ETKİSİ :

Yüksek

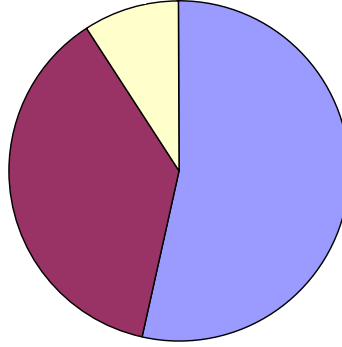
NE YAPILMALI:

Satış Personelinin yetkinliklerini ölçerek envanter oluşturulmalı ve izlenmeli

- **Cevap veren organizasyonlar içinde % 53,4 'ü, Satış Personelinin, beklentilerin altında bir performans gösterdiğini belirtmiştir.**

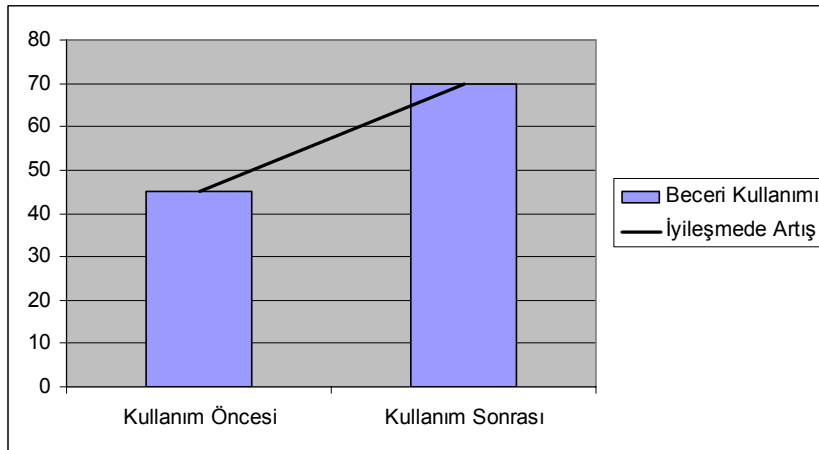
% 9,20 Satış Personelinin performansı oldukça iyi

% 37,40 Satış Personeli kendini geliştiriyor



% 53,40 Satış Personeli beklentilerin altında performans gösteriyor

YSBS kullanımı ile Satış Yetkinliğinin artması



Cevaplanması gerekenler

1. Satış Personelinizin bilgilerinizi ve yetkinliklerinizi ölçmek için bir yöntem mevcut mu?
2. Ölçme yöntemi düzenli şekilde tekrar ediliyor mu?
3. Satış Personelinin gelişimi için belirlenen yöntem düzenli ve sık tekrar ediyor mu?

Kritik Başarı Faktörü: Satış personelinin tümü için kişisel gelişim programları hazırlayın. Programlar hazırlanırken satış personelinin mevcut durumunu dikkate alın. Gelişim programının başarısını doğrudan etkileyecek olan düzen ve sürekliliğin var olduğundan emin olun.*

3. Alan

Satış Yöneticileri kendi ekiplerini geliştiremiyor

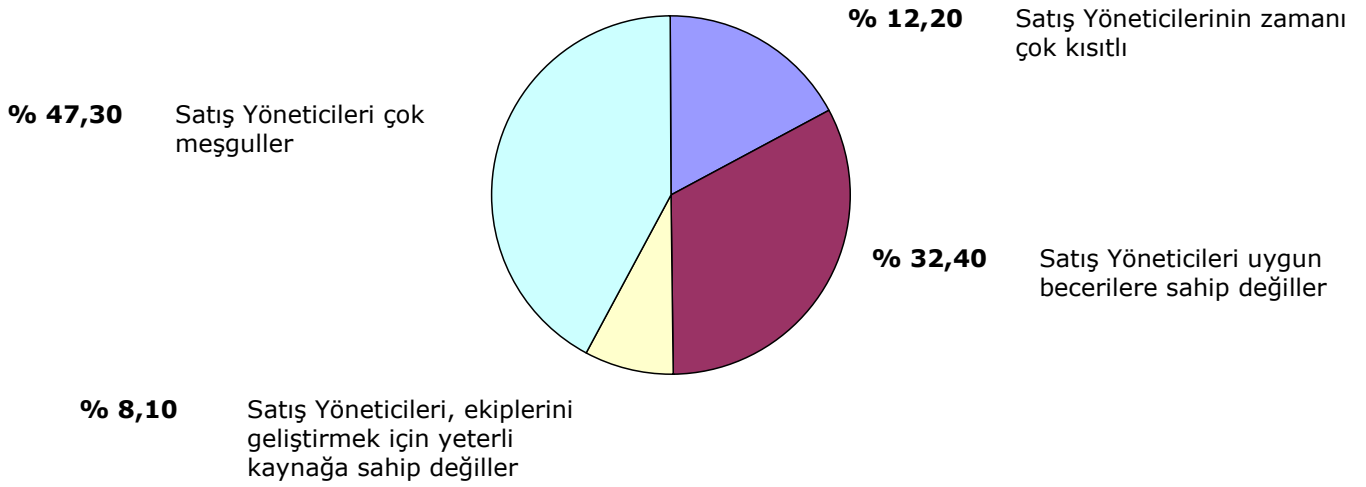
SATIŞLARA ETKİSİ :

Çok yüksek

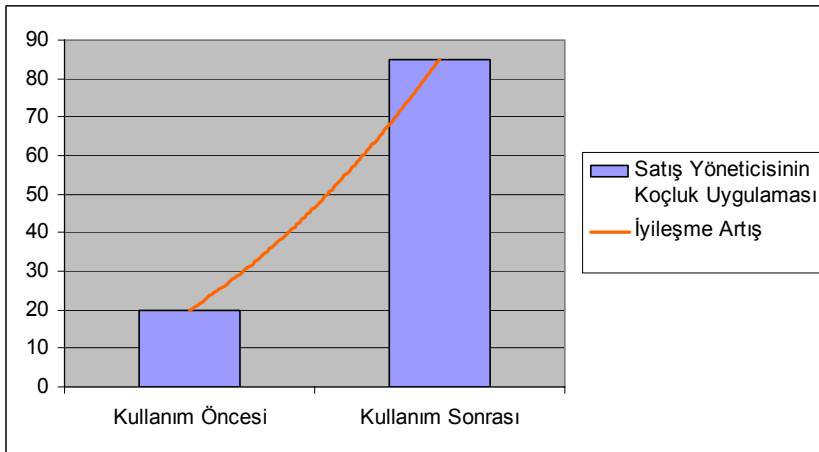
NE YAPILMALI:

Satış Yöneticilerinin kolaylıkla kullanabileceği gelişim araçları oluşturulmalı

- Cevap veren organizasyonlar içinde % 74,7 'si, Satış Yöneticilerinin, kendi ekiplerini izleyerek geliştirmek için herhangi bir çalışma yapmadığını belirtti.



YSBS kullanımı ile Satış Koçluğunun uygulanması



Cevaplanması gerekenler

1. Koçluk konusunda deneyimli olan kişiler mevcut mu?
2. Uygulanacak program ölçülebiliyor mu?
3. Metodoloji için geçerlilik yapılmış mı?

Kritik Başarı Faktörü: Satış yöneticileriniz için oluşturacağınız programın içeriğini belirlerken iletişim ortamını sürekli açık tutun. Programı kolaylıkla uygulamayı kabul eden yöneticilerle çalışmaya başlayın. Kısa, orta vadeli hedefler belirleyin.

4. Alan

Beceri geliştirmeye yönelik uygulanan eğitim ve gelişim araçları organizasyonumuza uygun değil

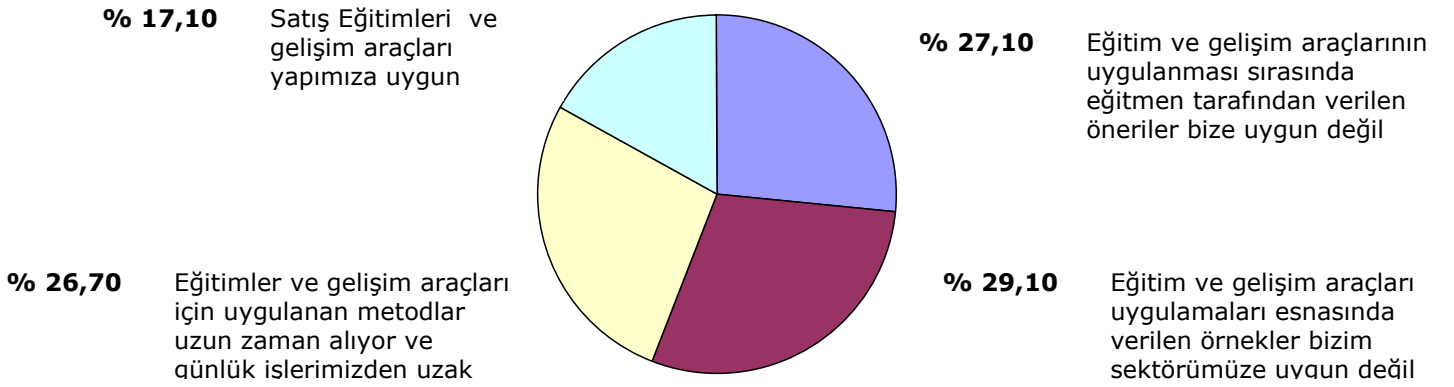
SATIşLARA ETKİSİ :

Yüksek

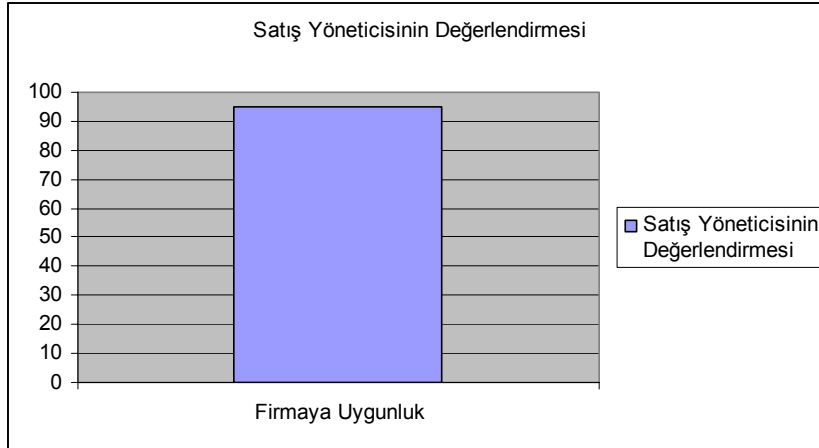
NE YAPILMALI:

Sektörü bilen ve deneyimli eğitmenle, yaşanmış vakalar ve örneklerle eğitim

- **Cevap veren organizasyonlar içinde % 56,2 'si, uygulanan eğitim ve gelişim araçlarının, kendi yapılarına uygun olmadığını belirtti.**



YSBS kullanımının firma için uygunluğu



Cevaplanması gerekenler

1. Odaklandığınız alana ilişkin vakalar yer alıyor mu?
2. Her vaka sonunda geri beslemelerle değerlendirmeler yapılabiliyor mu?
3. Eğitim ve gelişim araçlarının sonuçları ölçülerek değerlendiriliyor mu?

Kritik Başarı Faktörü: Eğitimler ve gelişim araçları için satış personelinin yetkinliklerini gözden geçirmek, yapılan uygulamaların, hangi yetkinliklere etki sağlayacağını belirlenmesi ve ölçülenmesi büyük önem arz etmektedir.

Rapor Sonucu

Değerlendirme

Ticari faaliyette bulunan organizasyonların dikkate almaları ve en fazla odaklanmaları gereken konuların başında satış gelmektedir. Kalite, Finans, Arge, Hız tabiki günümüz dünyasında başarılı olmak için çok temel unsurlardır ancak nihai hedefe ulaşmada yetersiz kalacaktır. Parlak ürün fikirleri önemlidir ancak ürünün başarı elde etmesi çok daha önemlidir. Ürünün başarı elde etmesi genellikle satışla sağlanır.

Deliliğin tanımı herkesçe bilinmekte ve sıkça tarif edilmektedir. **"Aynı şeyleri yapmaya devam ederek farklı sonuç elde etmeyi beklemek"**. Eğer Satış Yönetimleri mevcut durumlarından memnun değilse artık bazı uygulamaları farklı şekilde yapmanın vakti gelmiş demektir. **Daha fazla satış sonucu elde etmeyi isteyen organizasyonlar, satışa farklı bir açıdan bakmaya başlamalı ve bu değişikliğin pozitif etkiler yaratması için farklı yöntemleri denemeye başlamalıdır.**

Yöneticilerin çoğu neden sonuç diyagramını bilmektedir. Farklı sonuçlar elde etmek için yaklaşımlarda ve uygulamalarda değişikliğe gitmek gerekmektedir. Diğer bir deyişle, istenilen sonuç, daha yüksek satış veya artan karlar ise bunu artırmak için hangi yaklaşımların değişmesi gerektiğinin belirlenmesi gerekmektedir.

Yaptıkları işlere % 100 konsantre olan ve başarıya ulaşmaya kilitlenen satış personeli ve organizasyonların başarısız olma olasılığı diğer organizasyonlara göre daha düşüktür. Bu anlamda satışta, organizasyonda bulunan personelin kendilerini işlerine adanmaları ve yaptıkları işe konsantre olmaları mutlak olmalıdır. Başarı konsantrasyonu, konsantrasyon da başarıyı getirmektedir. Bu kısır döngü gibi görünen yapıyı farklı uygulamalar deneyerek kırmamız mümkündür. Farklı uygulamalarla elde edilecek başarılı sonuçlar, konsantrasyonu ve adanmışlığı etkileyeceğinden, kısır döngü, organizasyonu pozitif yönde etkileyen ve büyüten kar topuna dönüşecektir.

