

İşletme ve yöneticilerine koçluk danışmanlık hizmetleri

Bu program sonunda katılımcılar;

- Hizmet sektörünün ve mağazacılığın özellikleri, hizmette ve müşteriye yaklaşımdaki değişimler ve geleceğin mağazacılık anlayışı hakkında bilgi sahibi olacaklar,
- Müşteri odaklı hizmet üretmek ve müşterilerle etkili iletişim kurma yöntemleri konusunda bütünsel bir bakış açısına sahip olacaklar,
- Müşteri odaklılığın ve müşterileri mutlu etmenin, kurumları ve kendileri için ne denli önemli olduğunun farkına varacaklar,
- Kalite ve hizmette kaliteyi belirleyen boyutlar hakkında bilgi sahibi olacak, mağazacılıkta kaliteli hizmet üretme konusunda olumlu tutum geliştirecekler,
- İletişim ve müşteri ilişkileri dinamikleri, prensipleri ve teknikleri konusunda kapsamlı bilgi edinecekler,
- Kendi kurdukları iletişim ve müşteri ilişkileri hakkında özdeğerleme yaparak geliştirme yönünde olumlu tutum oluşturabilecekler,
- Mağazacılıkta satış yapmanın etkili ve garantili yöntemleri hakkında bilgi altyapısını oluşturarak uygulamalarla destekleme ve yüksek verim ve gelire dönüştürme olanağı bulacaklar,
- Mağazacılıkta etkili görsel tasarım, tanzim ve teşhirin ilke ve yöntemleri hakkında bilgi sahibi olacak ve bu bilgilerden satışta daha etkin yararlanmanın yollarını keşfedecekler,
- Ve satışta, müşteri bağlılığı yaratmada bir rekabet avantajına dönüştürmeyi sağlayacak altın önerilere ulaşabilecekler.

Neler Paylaşacağız?

HİZMET SEKTÖRÜNE VE MAĞAZACILIĞA GENEL BAKIŞ

- Hizmet Sektörünün Özellikleri Ve Hizmet Üretmek İle Ürün Üretmek Arasındaki Farklar
- Perakendeciliğin Gelişimi Ve Perakende Satış Mağazalarının Tipleri
- Mağazacılık Ve Özellikleri

- Mağazacılıkta Hizmetin İki Boyutu
- Müşteriye Ve Hizmete Bakış Açısında Gözlenen Değişmeler
- 21. Yüzyılda Hizmet Ve Geleceğin Şirketlerine Yönelik Yaklaşımlar

MÜŞTERİ ODAKLI HİZMETİ BAŞARMAK

- Neden Müşteri Odaklılık?
- Müşteri Mutluluğunun Önemi Nedir? Bir Müşteri Kazanmanın Ya Da Kaybetmenin Bir Kuruma Ve O Kurumun Çalışanlarına Etkileri Nelerdir?
- İnsanları Satın Almaya Yönelten Davranışlar Ve Çeşitliliği
- Müşterilerin Satın Aldıkları Üründen / Hizmetten Bekledikleri Fayda Ve Çeşitliliği
- Kalite Kavramı Ve Hizmette Kaliteyi Belirleyen Boyutlar

MAĞAZACILIKTA SATIŞ DANIŞMANLIĞI

- Satış Nedir? Ne Değildir?
- Mağazacılıkta Satışın Temel Öğeleri
- Danışman, Problem Çözücü ve Profesyonel Ortak Olmak
- Mağazacılıkta Satış Danışmanlığının Gerektirdiği Temel Beceriler
- Test: Satış Becerilerim Özdeğerlendirme

MÜŞTERİ PSİKOLOJİSİ VE İNSANI TANIMAK, ANLAMAK

- Örnek Olay Analizi: İnsan Düşüncelerinin ve Davranışlarının Karmaşıklığı, Düşüncelerimizi ve Davranışlarımızı Etkileyen Etmenler
- İnsanların Düşüncelerini, Davranışlarımızı Ve İletişim Biçimlerini Etkileyen Etmenler

- Kişiliğin, Düşünceler, Davranışlar ve İletişimler Üzerindeki Etkisi
- Müşterilerin Psikolojik Profilleri ve Farklı Müşteri Tipleri Karşısında Uygun Yaklaşımlar

MAĞAZACILIKTA PROFESYONEL SATIŞ İÇİN PROFESYONEL İLETİŞİM

- Mağazacılıkta Müşterilerle İletişimi Belirleyen Boyutlar
- Sözlü İletişim: Doğru, Güzel Ve Etkileyici Konuşma
- İhtiyacı Anlamak İçin Dinleme Becerileri Geliştirme
- Empatiyi Başarmak
- Beden Dilimizi Etkili Yönetmek
- Farklı Müşteri Profilleriyle Profesyonel İletişime Yönelik Yaklaşım Biçimleri

SATIŞ SÜRECİ

- Satış İçin Hazırlık ve Planlama
- Ürün – Hizmet Bilgisi
- Müşteriyi Tanımak
- Pazarı ve Rakipleri Tanımak
- Şirketimizi ve Müşteriyle İlişkileri Tanımak
- Hedef Belirlemek
- Satış Görüşmesi Süreci
- Satışta 4 Önemli Faktör: Dikkat, İlgi, İstek, Eylem
- Açılış Teknikleri ve İlk İzlenimde Önemli Noktalar
- Müşteriyle Aktif Buluşmak Ve Doğru Sorular Sorarak İsteğini Anlamak
- Soru Sorma Amaçları ve Teknikleri
- Açık ve Kapalı Sondaj

- Ürünün Bilgisi ve Etkileyici Ürün Sunumu: Müşterinin Tüm Duyularına Hitap Etmek
- Faydaların Satışı ve Müşteri İçin Değer Yaratmak
- Fiyatı Sunmak
- Müşteri İtirazları ve İtirazları Satışa Dönüştürmek İçin İpuçları
- Satın Alma Sinyalleri
- Müşteriyi ve Kararını Destekleme
- Satışı Kapatmak
- İlave Satış Yapma Teknikleri
- Zor Durumlarla Başa Çıkabilmek
- Müşteriden Ayrılmak
- Müşteriyle Yeniden Karşılaşmak Ve Müşteriyi Hatırlamak
- Değerlendirme
- Satış Sonrası İzleme ve Satış Sonrası Hizmetler
- Rol Oynama: Satış Görüşmesi Uygulamaları

MAĞAZACILIKTA GÖRSEL TASARIM, TANZİM VE TEŞHİR

- Görsel Tasarımın İlkeleri
- Renklerin, Şekillerin ve Büyüklüklerin Görsel Tasarımında İncelikler
- Görsel Tasarımda Dikkat Çekiciliği ve Albeniyi Artıran Faktörler
- Tanzimin İlkeleri
- Mağazacılıkta Ürünlerin Reyonlarda, Raflarda ve Vitrinde Doğru Sergilenmesine Yönelik Tasarım İlkeleri

SONUÇ

Müşteri Bağlılığı Yaratmak Ve Rekabet Avantajları Yakalamak İçin Altın Kurallar

Bu program sonunda katılımcılar, mağazacılıkta etkili görsel tasarım, tanzim ve teşhirin ilke ve yöntemleri hakkında bilgi sahibi olacak ve bu bilgilerden satışta daha etkin yararlanmanın yollarını keşfedeceklerdir.

Neler Paylaşacağız?

HİZMET SEKTÖRÜNE VE MAĞAZACILIĞA GENEL BAKIŞ

- Hizmet Sektörünün Özellikleri Ve Hizmet Üretmek İle Ürün Üretmek Arasındaki Farklar
- Perakendeciliğin Gelişimi Ve Perakende Satış Mağazalarının Tipleri
- Mağazacılık Ve Özellikleri
- Mağazacılıkta Hizmetin İki Boyutu
- Müşteriye Ve Hizmete Bakış Açısında Gözlenen Değişmeler
- 21. Yüzyılda Hizmet Ve Geleceğin Şirketlerine Yönelik Yaklaşımlar

MÜŞTERİ ODAKLI HİZMETİ BAŞARMAK

- Neden Müşteri Odaklılık?
- Müşteri Mutluluğunun Önemi Nedir? Bir Müşteri Kazanmanın Ya Da Kaybetmenin Bir Kuruma Ve O Kurumun Çalışanlarına Etkileri Nelerdir?
- İnsanları Satın Almaya Yönelten Davranışlar Ve Çeşitliliği
- Müşterilerin Satın Aldıkları Üründen / Hizmetten Bekledikleri Fayda Ve Çeşitliliği
- Kalite Kavramı Ve Hizmette Kaliteyi Belirleyen Boyutlar

MAĞAZACILIKTA GÖRSEL TASARIM, TANZİM VE TEŞHİR

- Görsel Tasarımın İlkeleri
- Renklerin, Şekillerin ve Büyüklüklerin Görsel Tasarımında İncelikler
- Görsel Tasarımda Dikkat Çekiciliği ve Albeniyi Artıran Faktörler
- Tanzimin İlkeleri
- Mağazacılıkta Ürünlerin Reyonlarda, Raflarda ve Vitrinde Doğru Sergilenmesine Yönelik Tasarım İlkeleri ve Tüketicinin Satın alma Davranışlarına Etkisi
- Mağazacılıkta Alan ve Raf Yönetimi
- Satış Rakamlarına, Kar Marjına ve Stratejik Amaçlara Göre Alan ve Raf Yönetimi
- Dünyadan ve Türkiye'den Uygulama Örnekleri