

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI



MEGEP

(MESLEKÎ EĞİTİM VE ÖĞRETİM SİSTEMİNİN
GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ)

PAZARLAMA VE PERAKENDE

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

ANKARA 2007

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen modüller;

- Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığının 02.06.2006 tarih ve 269 sayılı Kararı ile onaylanan, Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında kademeli olarak yaygınlaştırılan 42 alan ve 192 dala ait çerçeve öğretim programlarında amaçlanan mesleki yeterlikleri kazandırmaya yönelik geliştirilmiş öğretim materyalleridir (Ders Notlarıdır).
- Modüller, bireylere mesleki yeterlik kazandırmak ve bireysel öğrenmeye rehberlik etmek amacıyla öğrenme materyali olarak hazırlanmış, denenmek ve geliştirilmek üzere Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında uygulanmaya başlanmıştır.
- Modüller teknolojik gelişmelere paralel olarak, amaçlanan yeterliği kazandırmak koşulu ile eğitim öğretim sırasında geliştirilebilir ve yapılan değişiklikler Bakanlıkta ilgili birime bildirilir.
- Örgün ve yaygın eğitim kurumları, işletmeler ve kendi kendine mesleki yeterlik kazanmak isteyen bireyler modüllere internet üzerinden ulaşılabilirler.
- Basılmış modüller, eğitim kurumlarında öğrencilere ücretsiz olarak dağıtılır.
- Modüller hiçbir şekilde ticari amaçla kullanılamaz ve ücret karşılığında satılamaz.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	i
AÇIKLAMALAR	ii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. PORTFÖYDEKİ MÜŞTERİLER	3
Müşterinin Farklı Yönleri	3
1.2. İnsan İlişkileri	4
1.2.1. Yüzyüze	4
1.2.2. Telefon.....	9
1.2.3. Bilgisayar.....	10
UYGULAMA FAALİYETİ	11
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	12
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	14
2. EMPATİ KURMAK	14
2.1. İtiraz Karşılama Teknikleri	15
2.2.1. İtirazı Dinlemek	16
2.2.2. Soruya Dönüştürmek	16
2.2.3. Sebebini Öğrenmek	16
2.2.4. Anlayışla Karşılama.....	16
2.2.5. Dürüst Cevaplamak	17
UYGULAMA FAALİYETİ	18
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	19
ÖĞRENME FAALİYETİ-3	21
3. DİKSİYON.....	21
3.1. Konuşma Hızı	21
3.2. Ses Tonu.....	22
3.3. İletişim	22
3.3.1. İletişim Süreci.....	23
3.3.2. İletişimde Engeller.....	23
3.3.3. İyi Bir İletişim İçin Gerekli Adımlar	24
UYGULAMA FAALİYETİ	25
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	26
MODÜL DEĞERLENDİRME	28
CEVAP ANAHTARLARI.....	30
KAYNAKÇA	32

AÇIKLAMALAR

KOD	347CH0016
ALAN	Pazarlama ve Perakende
DAL/MESLEK	Ortak Alan
MODÜLÜN ADI	Müşteri Memnuniyeti
MODÜLÜN TANIMI	Müşteri memnuniyeti portföydeki müşteriler, insan ilişkileri, itiraz karşılama teknikleri, empati kurmak, diksiyon ve iletişim ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırıldığı öğretim materyalidir.
SÜRE	40/24
ÖN KOŞUL	
YETERLİK	Müşteri memnuniyetini artırmak.
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç: Öğrenci, işyerinde müşteri memnuniyetini en iyi şekilde sağlayabileceksiniz. Amaçlar: 1. İş yerinde müşteri ile görüşme yapabileceksiniz. 2. İş yerinde müşterilerin memnun olmasını sağlayabileceksiniz. 3. İşyerinde satış sonrası müşteri memnuniyetini belirleyebileceksiniz.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Ortam: İşletme ortamı, açık ortamlar. Donanım: form belgeler, bilgisayar, bilgisayar masası, sarf malzemeleri, yazıcı, projeksiyon, tepegöz, filmler.
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modülün içinde yer alan her faaliyetten sonra, verilen ölçme araçları ile kazandığı bilgi ve becerileri ölçerek kendi kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmeniniz modül sonunda size ölçme aracı uygulayarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenci,

Günümüzde işletmeler müşterileri memnuniyetini ön plana almaktadırlar. Bunun için de birçok strateji, taktik ve politika geliştirmektedirler. Büyük firmalar sloganlarında 'koşulsuz', 'sınırsız' müşteri memnuniyetini vurgulamaktadırlar. Tabi ki bu sloganların kâğıt üzerinde kalmaması için bu alanda yetişmiş insanlara ihtiyaç vardır. Artık ben her işi yaparım anlayışı bitmektedir.

Pazarlama alanında okuyacağınız bu modülle müşterilerle görüşme yapma, müşteri memnuniyetini sağlama ve satış sonrası müşteri memnuniyetini belirleme becerilerine sahip olabileceksiniz.

Firmaların ayakta kalabilmesi için pazarlamanın tüm unsurlarını titiz bir biçimde uygulanması gerekir. Aksi takdirde işletmeler, acımasız bir rekabetle yaşamını sürdüren diğer işletmeler arasında yok olabilir.

Şunu hiçbir zaman aklımızdan çıkarmamız gerekir: 'Sürekli gelişim!' Gelişmek zorundayız; çünkü dünya değişiyor.

ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

Müşteri ile görüşme yapabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Müşteri portföyü (cüzdanı) nasıl oluşturulur? Araştırınız.

1. PORTFÖYDEKİ MÜŞTERİLER

Müşteriler yapılan işin en önemli parçasıdır. Müşteri ile olan ilişkiler her zaman ‘Siz Varsanız Biz Varız’ temel yaklaşımıyla değerlendirmek gerekir.

Müşteri harcadığı para karşılığında kaliteli ürünler almayı ve satın aldığı ürünlerden mutlu olmayı bekler; müşteri alış veriş yaparken temiz, düzenli, doğru planlanmış ve çekici teşhirlerin olduğu bir iş ortamı bekler; müşteri iyi eğitilmiş, güler yüzlü, iyi hizmet veren, sattığı ürünü en ince ayrıntısına kadar bilen satış personeli ile hizmet bekler.

Müşterinin Farklı Yönleri

- Beklentileri
- Yaşları
- Eski ya da yeni müşteri olması
- O andaki ruhsal halleri
- Problemleri
- Giyim tarzları, zevkleri
- Kişilik yapıları
- Maddi durumları
- Cinsiyetleri
- Eğitimleri, kültürel yapıları
- Konuşma tarzları
- İş yeri personeline yaklaşımları

Müşterilerin bazıları: ‘Mağazalarda satıcıların hemen yanı başıma gelmelerinden nefret ediyorum. Derken bazıları da ‘Mağazaya giriyorum ama hiç kimse benimle ilgilenmiyor.’ diye şikayet etmektedirler. Bu konuyla ilgili çok iyi söylenmiş bir deyiş vardır: ‘Satıcı her kalıbın şeklini almalıdır.’

Yapılan birçok araştırmada -özellikle pazarların hayli doymuş olduğu gelişmiş ülkelerde- yeni müşteri bulmanın mevcut müşteriyi elde tutmaktan 5-6 misli daha maliyetli

olduğu tespit edilmiştir. Bunun sebepleri mevcut müşteriler işletmenin mamullerini bilirler, markasını tanırlar ve mamullerin faydasından tatmin olmuşlardır. Oysa bir müşteriye rakiplerden koparıp işletmenin mamulünü almasını sağlamak; fiyat indirimleri, etkileyici bir tutundurma gibi etkinliklerle mümkündür ki bunların hepsi yüksek maliyetlidir.

Pazarlamacılar mevcut müşterilerini tutmanın çok daha fazla getirisi olduğunu yeni keşfetmektedirler. Her işletme, mevcut müşterileri elde tutma yanında yeni müşteriler elde etme çabasını sürdürürler. Bu çerçevede yeni bir kavram öne çıkmaktadır: 'Ömür boyu müşteri değeri.' Ömür boyu müşteri değerini artırmak amacıyla müşteri-işletme ilişkisine odaklanmak, müşteriler ile yakın ilişkiler geliştirilip; tarafların birbirini daha iyi anlamasına ve ihtiyaçlarının daha iyi tatmin edilmesiyle müşterilerin işletmeye daha bağlı hâle gelmesine dayanmaktadır. Müşterilerle daha yakın ilişki geliştirilmesi için öncelikle her müşteri için ayrıntılı bilgiler içeren müşteri veri tabanı oluşturulması gerekmektedir.

1.2. İnsan İlişkileri

İnsan ilişkilerinde aşağıdaki konulara dikkat edilmelidir. Böylece daha etkili bir iletişim sağlanmış olur:

1.2.1. Yüzyüze

Yüzyüze ilişkiler, insanların karşı karşıya gelerek ortaya koydukları çeşitli davranışlardır. Karşılıklı konuşma, toplantı yapma, selamlaşma, karşılıklı iş görüşmesi yapma yüzyüze ilişkilere örnektir. Yüzyüze ilişkilerde, insanları etkileme, duygu ve düşünceleri aktarabilmede görünüş ve davranışlar oldukça önemlidir.

Konuşma, bir düşünceyi başkalarına sözlü anlatma eylemidir. Etkili konuşmalarla düşüncelerini başkalarına anlaşılır şekilde anlatabilen insan, toplum içerisinde başarılı olur ve işinde önemli görevlere getirilir.



Resim 1.1: Yüzyüze iletişim

1.2.1.1. Konuşma Sanatı

İyi bir konuşmacı olmak yetenek gerektirir. Ancak çaba sarfederek bu yetenek elde edilebilir. Çünkü etkili konuşabilme büyük ölçüde bilgi ve genel kültüre bağlıdır. Konuşma sanatı, başkaları karşısında heyecanlanmadan, anlaşılır ve inandırıcı şekilde söz söyleme becerisidir.

- Anlaşılır ve inandırıcı bir şekilde konuşabilmek için bazı konuşma kurallarına uyulmalıdır. Bu kuralların başlıcaları şunlardır:
 - Konuşurken dikkatli ve ölçülü davranılır. Sonunun ne olacağı bilinmeyen yersiz sözlerden kaçınılır.
 - İnsan münasebetlerinde gereksiz konuşmalardan kaçınmak esastır. Örneğin ‘Nasılsınız?’ sorusunu cevaplandırmak için tüm rahatsızlıkları tek tek sıralamak gerekmez. Çünkü bu tür ayrıntılar, dinleyici için gereksiz konular olabilir. Karşıdaki insanlar ilgiyle dinlemeyebilirler. Bu durum, konuşmanın daha başlangıçta başarısız olmasına sebep olur. Çünkü ‘Nasılsınız?’ sorusu bir nezaket sorusudur. ‘Teşekkür ederim, iyiyim’ veya ‘Üşütmüşüm biraz rahatsızım’ gibi cevaplar yeterlidir. Karşıdaki kişi muhatabı ile yakından ilgileniyorsa daha başka sorular sorarak rahatsızlık durumu ile ilgili konularda soru sorup dertlerinizi dinleyecektir. Konuşma ortamında anlatılanlar ilgiyle dinlenir. Başkalarına da konuşma fırsatı verilir. İyi bir konuşmacı, iyi bir dinleyicidir. Dinlemesini bilmeyen, konuşurken başarılı olamaz. Karşıdakini anlamak ve söylemek istediklerimizi düşünmek için dinlemek, iyi bir fırsattır. İlgisiz bir tavırla dinlemek kabalıktır.
 - Konuşmayı gereksiz yere uzatmak doğru değildir. Karşıdaki insanın zamanını, işini, dinleme sabrını dikkate almak gerekir.
 - Konuşurken gerekli olmadan kendinden söz etmemek gerekir. Çünkü hep kendinden bahseden kişi karşısındakini sıkır.
 - Konuşmalara canlılık katmak için güncel olaylardan örnekler verilmelidir. Bu sebeple günlük gazeteler, yeni çıkan dergiler izlenmeli ve bol kitap okunmalıdır.
 - Konuşmacı konuşurken ses tonunu iyi ayarlamalıdır. Ses tonu çok yüksek ve çok kısık olmamalıdır. Dinleyenlerin rahatlıkla duyabileceği tonda konuşulmalıdır. Bağırıp çağırarak ve fısıltı şeklinde konuşmak dinleyicileri sıkır. Çok kısık ses tonuyla konuşma esnasında dinleyiciler ‘Anladım, ne dediniz?’ gibi sorular sorarak konuşmaları kesebilirler.

- Bu durum hem onları sıkar, hem de konuşmacının konuşmalarını aksatır.
- Konuşurken konuşmacının sözlerini kuvvetlendirici jest ve mimik hareketleri aşırıya kaçmamalıdır.
- Konuşurken karşıdaki kişinin yüze bakılmadılar.



Resim 1.2: Konuşurken karşıdaki kişinin yüzüne bakma

- Dinleyicilere sık sık ‘Anlıyor musunuz?’ ‘Anladınız mı?’ ‘Tamam mı?’ gibi sorular sorulmamalıdır.
- Sık sık ‘Bilmem anlatabiliyor muyum?’ sorusunun kullanılması da doğru değildir. Bu tip sorular dinleyicilerde, konuşmacının konuyu tam bilmediği intibasını uyandırır.
- Bir toplulukla konuşurken, orada bulunan birinden söz edilmesi gerektiğinde ‘şu adam’, ‘o’, ‘bu’ gibi kelimeler kullanılmamalı, kişiden ‘Ahmet Bey’, ‘Ayşe Hanım’ gibi söz edilmelidir.
- Büyüklerle, iş yerindeki amirlerle, az tanınan veya hiç tanınmayan insanlarla, önemli kişilerle konuşurken ‘siz’ hitabı kullanılır. ‘Sen’ hitabı kullanılmaz. Çünkü siz sözcüğü saygı ve resmiyet ifade eder. Sen sözcüğü daha yakınlar için kullanılır.
- Gerektiğinde konuşmalar özetlenerek, dinleyicilerin anlamalarına fırsat verilmelidir. Dinleyicilerin soru sormaları sağlanarak anlamadıkları konular açıklanmalıdır.
- Konuşurken, dinleyicilerin anlayacakları bir dil kullanılmalıdır. Gereksiz teknik ve bilimsel terimler kullanılmamalıdır.
- Görüşmelerde etkili bir konuşma için konuşulacak konularla ilgili önceden hazırlık yapılmalıdır. Karşı tarafın soracağı sorular tahmin edilmeli, cevapları hazırlanmalıdır.

- Konuşan kişinin sözlerini keserek lafa girmek doğru değildir. Konuşmacıların konuşmaları bitinceye kadar beklenmelidir. Gerekiyorsa, konuşan kişi cümlesini tamamladıktan sonra özür dileyerek söze girilebilir.

1.2.1.2. İnandırıcılık

Duygu ve düşüncelerin doğruluğunu başkalarına kabul ettirebilme kabiliyetine 'inandırıcılık' denir. Yüzyüze ilişkilerde insanları etkilemek, duygu ve düşünceleri aktarabilmek için gerekli şartlardan biri inandırıcı olmaktır.

Normal zekalı olan ve mantıklı davranan insanları, kaba kuvvetle ve otorite ile inandırmak mümkün değildir. Baskı ile karşılaşan insanlar inanmış gibi görünürler. Bu durum ortadan kalktığında gerçek tavırlarını ortaya koyarlar. Yüzyüze ilişkilerde inandırıcı olmak isteyenler, aşağıdaki kurallara uymalıdır:

- Yeterli Bilgiye Sahip Olmak
- Anlatılanlara İnanmak ve Uygulamak
- Etkili Konuşmak
- İnandırılmak İstenen Kişiyi Tanımak
- Anlatılanların Doğruluğu Konusunda Tanınmış Kişilerin Görüşlerinden Bahsetmek
- Sabırlı Olmak
- Hoşgörülü Olmak
- Görgü Kurallarına Uymak
- Görünüş ve Davranışın Önemi
- Yeterli Bilgiye Sahip Olmak

İnsanları inandırabilmek için inandırılmak istenen konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmak şarttır. İnandırmak istediği konu hakkında yeterli bilgiye sahip olmayanlar, başkalarını inandırmakta zorlanır, genellikle başarısız olurlar. Örneğin, bilgisayar satışı yapan bir satış elemanı, bilgisayar kullanımı ve özellikleri konusunda yeterli bilgiye sahip değilse, müşterinin sorularını iyi cevaplandıramaz. Bilgisayarın kalitesi konusunda müşteriye inandıramaz.

➤ **Anlatılanlara İnanmak ve Uygulamak**

Anlattıklarına inanmayan ve anlattıklarını kendi yaşantısında uygulamayanlar inandırıcı olamazlar. Örneğin, astlarına doğruluktan bahseden bir yönetici, anlattıklarını iş yerinde uygulamıyor ise adam kayırma, yalan söyleme gibi davranışlar gösteriyorsa inandırıcı olmaz.

➤ **Etkili Konuşmak**

Başkalarını inandırabilmenin en etkili yollarından biri etkili konuşmadır. Etkili konuşma yoluyla düşüncelerini anlaşılır şekilde aktaranlar daha inandırıcıdır.

➤ **İnandırılmak İstenen Kişiyi Tanımak**

İnandırılmak istenilen insanın kişilik özelliklerini, anlatılan konu hakkındaki düşüncelerini, kuvvetli ve zayıf yönlerini, alışkanlıklarını ve tereddütlerini bilmekte fayda vardır. Bu bilgiler sayesinde gerekli davranışları ortaya koyarak karşı tarafı inandırmak mümkündür. Örneğin, insanlara anlayabilecekleri bir dille açıklama yapmak ve dinleyenin hoşlandığı konularla söze başlamak yerinde olur.

➤ **Anlatılanların Doğruluğu Konusunda Tanınmış Kişilerin Görüşlerinden Bahsetmek**

Anlatılanların doğruluğu konusunda dinleyicinin tanıyabileceği ünlü kişilerin memnuniyetlerinden bahsetmek insanların tereddütlerini giderir, inanmalarına yardımcı olur.

➤ **Sabırlı Olmak**

İnsanlar farklı kişiliklere ve özelliklere sahiptir. Bu sebeple anlama kapasiteleri de farklıdır. Her insana anlayabileceği şekilde hitap etmek, gerektiğinde anlatılanlar anlaşılınca kadar tekrarlamak gerekir. Bu çabalar, inandırmak isteyen kişinin sabırlı olmasını gerektirir.

➤ **Hoşgörülü Olmak**

İnsanların düşüncelerine, inançlarına saygı göstermek, gururlarını kırıcı sözler kullanmamak gerekir. Düşünceleriyle, inançlarıyla, yaşayışlarıyla alay edilen insanların inanması mümkün değildir. İnandırılmak istenen konuda dinleyicinin bildiği doğrulardan söze başlamak, belgeler göstermek, saygılı ve ölçülü davranmak daha etkilidir.

➤ **Görgü Kurallarına Uymak**

Görgü kurallarına uyan kişiler çevrelerinde sevilir, sayılırlar. Bu sebeple kaba ve kırıcı insanlara göre daha inandırıcıdırlar.

➤ **Görünüş ve Davranışın Önemi**

Görünüş, ilk bakışta algılanan görüntüdür. Yüzyüze ilişkilerde insanların ilk dikkatini çeken konu, karşı tarafın dış görünüşüdür. Bir insan ne kadar etkili konuşursa konuşsun, dış görünüşü uygun değilse karşısındakini etkileyemez. Nasreddin Hoca'nın 'Ye kürküm ye' hikâyesi bunun güzel bir örneğidir. İyi görünüş için taranmış ve bakımlı saçlar, temiz, ütülü ve bulunulan ortama uygun kıyafetler çok önemlidir. Uygun görünüme sahip olan insanlar, çevrelerinde 'temiz, düzenli, beyefendi' kanaatini doğurur. Uygun görünümlü olmayan insanlar, çevrenin tepkisiyle karşılaşabilirler.

Yüzyüze ilişkilerde, sayılan ve sevilen insan olmak için görünüş kadar önemli olan diğer bir konu da aynı davranıştır. Davranış, insanların başkaları tarafından gözlenebilen, dış etkilere karşı gösterdikleri tepkilerdir. Yüzyüze ilişkilerde başarılı olmak için çevredeki

insanlara benimsenen davranışlar gösterilmelidir. Bu sebeple aşağıdaki davranış kuralları çok önemlidir:

- Görgü kurallarına uygun davranılmalıdır. Örneğin, muhatapla konuşurken ses tonu yükseltilmemeli, bağırp çağırılmamalıdır.
- İş yerinde ast üst ilişkilerine uygun davranılmalıdır. Örneğin; kapıyı çalmadan yöneticinin odasına girilmemeli, izin vermeden oturmamalıdır.
- Karşıdaki insanlara değer verilmelidir. Yaptıkları işler basit bile olsa küçümsenmemelidir.
- İnsanların iyi yönleri samimi bir dille övülmelidir.
- İnsanlar, tartışmaya girmeden ikna edilmelidir.
- İş yerine gelen müşteriler ve misafirler güler yüzle karşılanmalı, kibar davranışlar gösterilmelidir.
- Kişiler grup içinde eleştirilmemelidir. Eleştiri, yalnız uygun bir ortamda ve olumlu bir şekilde yapılmalıdır.

1.2.2. Telefon

Telefon görüşmesi belli bir kültürü ve beceriyi gerektirir. İş yerlerinde dikkat edilmesi gerekli kurallardan birisi de telefon konuşmalarıdır. Telefonla konuşurken uyulması gerekli kurallar şu şekilde sıralanabilir:

- Telefon zilinin çalmasıyla ahizeyi eline alan kişinin 'Buyurun' diyerek telefonu açana yardımcı olması
- Telefon ediyorsak karşımızdakine kendimizi tanıtmak
- Yanlış numara çevirdiysek karşımıza çıkandan özür dilemek
- Karşıdaki kim olduğunu öğrenip kiminle görüşmek istediğinin sorulması
- Telefonda karşıdaki kim olduğunun anlaşılması sonunda konuya girip konuşulması
- Telefona cevap veren kişiye kendini tanıtarak görüşeceği kişinin adını vermesi ve görüşeceğini bildirmesi
- Amir, bayan veya bir büyükle telefonla görüşmek gerektiğinde bunların bekletilmemeleri, konuşma sonlarında da telefonu kapatmalarının beklenmesi
- Sekreter aracılığı ile yapılan telefon görüşmelerinde astın telefonunun üst makamda olana bağlanması
- Ölçülü ve nazik bir dil kullanarak isteğin uygun bir ses tonu ile anlatılması
- Telefon konuşmalarında ahizenin alınması ve yerine yavaşça konulması; ahizeyi sertçe kapamanın, karşı tarafa hakaret olduğunun bilinmesi ve bu durumdan kaçınılması

- Sabah saat 10:00'dan önce akşam saat 22:00'den sonra telefon etmemeye özen gösterilmesi
- Telefonların gereksiz yere uzun süre meşgul edilmemesi
- Telefonda gizli konuların konuşulmaması
- Cep telefonlarının uygun olmayan yer ve zamanlarda kapalı tutulması

1.2.3. Bilgisayar

Günümüzde özellikle internetin yaygın hâle gelmesi satışların internetten yapılmasına imkân vermiştir. Müşterilerin internetten gelen istek ve şikâyetlerini değerlendirip gerekli tedbirleri alarak müşteri memnuniyeti sağlanmalıdır.

Satış görevlilerinin temel bilgisayarı bilmesi müşterilerle etkili iletişim kurmak için önemlidir.

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Müşteri gruplarını oluşturunuz.	➤ Müşterilerin farklı yönlerini dikkate alarak gruplar oluşturunuz. ➤ Anket düzenleyiniz.
➤ Belirlenen gruptan randevu talep ediniz.	➤ Düzgün ve ikna edici şekilde randevu talep ediniz. ➤ Randevu alma tekniklerini belirleyiniz.
➤ Randevu yerini tespit ediniz.	➤ Uygun bir yeri randevu yeri olarak tespit ediniz. ➤ Randevu yerinin iç dekorasyonuna dikkat ediniz.
➤ Problemleri saptayınız ve gruplandırınız.	➤ Problem çözme aşamalarını belirleyiniz. ➤ Sistemli ve düzenli bir şekilde problemleri üst makama bildirin.
➤ Çözüm önerilerini müşterilere iletiniz.	➤ Hızlı karar verme özelliğinizi kullanınız. ➤ Üst makamlardan destek alarak çözüm geliştiriniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER

Aşağıdaki ifadeleri **doğru** veya **yanlış** olarak değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Doğru	Yanlış
1. Her müşterinin farklı yönleri vardır, bunları tespit etmemiz gerekir.		
2. Yeni müşteri bulmak mevcut müşteriyi elde tutmaktan daha az maliyetlidir.		
3. Müşteriyi etkilememiz için çok fazla konuşup teknik ve bilimsel terimleri sık kullanmalıyız.		
4. İnanıncı olmak için anlattıklarımıza inanmak ve uygulamak gerekir.		
5. Bir insan ne kadar etkili konuşursa konuşsun, dış görünüşü uygun değilse karşısındakini etkileyemez.		
6. İyi bir konuşmacı olmak için yetenek gerekir ve bu yetenek doğuştan gelir, çaba sarf edilerek öğrenilemez.		
7. Telefon ediyorsak önce karşımızdakine kendimizi tanıtmalıyız.		
8. Telefon görüşmelerine sabah 09:00 ile akşam 23:00 arası yapmalıyız.		
9. Cep telefonunu sürekli açık tutmalıyız.		
10. Bilgisayar ile iletişime önem verip sürekli e-mailleri takip etmeliyiz.		
11. Telefonla görüşürken yüksek sesle konuşmalıyız.		
12. Müşterilerimizi tartışmaya girmeden ikna etmeliyiz.		

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer faaliyete geçiniz.

B. UYGULAMALI TEST

Bu faaliyet ile kazandığınız yeterliği aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Müşteri gruplarını oluşturduunuz mu?		
2. Belirlenen gruptan randevu talep edebilir misiniz?		
3. Randevu yerinin tespit edebilir misiniz?		
4. Problemleri saptayabilir ve gruplayabilir misiniz?		
5. Problemleri üst makama bildirebilir misiniz?		
6. Çözüm önerilerini müşteriye iletebilir misiniz?		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda hayır şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı evet ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-2

AMAÇ

Müşteri memnuniyetini sağlayabileceksiniz

ARAŞTIRMA

- Empati ve empati kurmak kavramlarını araştırınız.
- Tüketici koruma derneklerine giderek müşteri şikayetleri hakkında araştırma yapınız.

2. EMPATİ KURMAK

Bir kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması, o kişinin duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, hissetmesi ve bu durumu ona iletmesi sürecine 'empati' adı verilir.

Empati üç temel öğeden oluşmaktadır. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

- Empati kuracak kişi kendisini karşısındakinin yerine koymalı, olaylara onun bakış açısıyla bakmalıdır. Her insan dünyaya kendi bakış tarzıyla bakar. Satıcı ile müşterinin bakış açıları aynı değildir. Müşteriye karşı empati kurmak isteyen satıcı, müşterisinin dünyaya bakış açısıyla bakması gerekir.
- Empati kurmuş sayılmak için, karşımızdaki müşterinin duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlamamız gerekir.
- Son olarak ise, empati kuran satıcının zihninde oluşan empatik anlayışın, karşısındaki kişiye iletilmesi davranıştır. Eğer karşımızdaki müşterinin duygularını ve düşüncelerini ona ifade etmezsek, empati sürecini tamamlamış sayılmayız.



Resim 1.3: Kendini başkasının yerine koyma (Empati)

Empati tepki vermenin başlıca iki yolu vardır. Birincisi, beden dilimizi kullanarak onu anladığımızı ifade etmek; diğeri ise sözlü olarak onu anladığımızı ifade etmektir. Ancak empatik tepki vermenin en etkili yolu, herhalde ikisini birden kullanmaktır. Böylece daha etkili bir şekilde amacımıza ulaşabiliriz.

Hizmet sektöründe müşteri ile yüzyüze ilişki içinde çalışan bir görevlinin zor durumdaki müşterisine yalnızca doğru davranışları göstermesi yetmez; aynı zamanda doğru duygusal tepkiyi de göstermesi gerekir.

İyi müşteri hizmeti vermek için çalışanlardan duygularını yok saymaları veya bastırmaları değil, özellikle kızgınlık, endişe, karamsarlık gibi olumsuz duygularını yönlendirmeleri ve kızgın insanlarla başa çıkmaları gerekir. Bunun için de kendi duygularını fark etmek ve bunları isimlendirmek gerekir. Çünkü kendisinin ne hissettiğinden haberi olmayan kişinin başkasının ne hissettiğini bilmesi mümkün değildir.

Taklit etmek ve duyguyu yaşıyormuş gibi yapmakla, benimseyerek yapmak arasında benzerlikler ve farklar vardır. Benimsenen rol sonucunda kişiler rolleriyle özdeşleşir ve bu rol ortam tarafından desteklenirse, ifade edilenle hissedilen arasında uygunluk artar.

2.1. İtiraz Karşılama Teknikleri

Müşterinin satışın kapanmasını önlemek, geciktirmek için yaptığı her şey satış itirazları ya da dirençleri olarak bilinir. İtirazlar bir satış sunuşunun doğal bir parçasıdır ve satış elemanı tarafından bir fırsat olarak görülmelidir.

‘Müşteri itiraz ediyorsa ürünle ilgileniyor demektir!’ Bu da satma şansınızın olduğunu gösterir. Müşteri hiç itiraz etmiyorsa ve ilgisiz duruyorsa pek şansınız yok demektir. İtirazla soru arasında fark vardır. Soruların amacı bilgi toplamaktır. İtirazların farklı yönü ise şudur ki müşteri konuyla ilgilenmiştir, kendi düşünceleri vardır. Bu düşüncelerin bir bölümü olumsuz olabilir; müşteri itiraz ederek kafasındaki şüpheleri dile getirmekte ve cevap aramaktadır.

Fiyata itiraz, klasik itiraz çeşididir. Bunun için rakip firmaların fiyatlar ile karşılaştırma yapması, rakiplere göre kaliteyi ve üstünlükleri anlatması, bu malı kullandığı takdirde elde edeceği tasarrufu ve yararları belirtmesi, müşteride güven oluşturması ve fiyatı küçük dilimler şeklinde ifade etmek, müşteriyi ikna edecektir.

Modaya uygunluk, ürün çeşitleri, kullanım ve bakım kolaylığı, indirimler, mağazalar arasındaki fiyat farklılıkları gibi unsurlar müşterinin itiraz sebepleri arasında sıralanabilir.

2.2.1. İtirazı Dinlemek

Müşteri ile muhatap olan yetkili kişi müşteriyi dinleyerek itirazın daha iyi anlaşılmasını sağlamalıdır. Dinlemek müşteriye olan ilgiyi gösterir. Hep aynı itirazlar ve cevaplar gelse de konuşmanın bitmesi beklenmelidir.

Müşterinin sözünü kesmek ve müşterinin itirazını ‘Nasıl olsa bütün müşteriler böyle’ şeklindeki düşüncelerle ön yargılı cevaplandırmak yetkili kişiyi zor durumda bırakacaktır.

2.2.2. Soruya Dönüştürmek

Uygun sorular her yerde ve her zaman satış temsilcisinin anahtarlarındandır. Böylelikle itirazın, buzdağı altında kalan gerçek sebebine inilmesini sağlayacaktır. Soru sormanın amacı karşıdaki müşterinin kendi istediği şeyin ne olduğunu anlamasına ve sonra da onu nasıl elde edeceğine karar vermesine yardım etmektir.

2.2.3. Sebebini Öğrenmek

Müşterinin cevaplarından yola çıkarak bu itirazın mantıklı mı yoksa duygusal mı olduğu anlaşılmalı çalışılır, itirazın sebebi öğrenilir. Satış görevlisinden mi, piyasadan mı, ürün ya da başka sebepten mi olduğu öğrenilmelidir.

2.2.4. Anlayışla Karşılama

İşletme için en önemli aşama itirazı anlayışla karşılamaktır. Bütün itirazlar ne olursa olsun öncelikle anlayışla karşılanmalıdır.

Söyle örnek cümlelerle konuya giriş yapılabilir:

- Bu konuyu değerlendirelim
- Sizin görüşünüze katılıyorum
- Şüphesiz ki bir sebebiniz vardır
- Böyle düşünmenize şaşırmadım
- Niçin böyle hissettiğinizi anlıyorum
- Çok güzel bir düşünce, söylediğinize sevindim
- Bu noktayı belirttiğiniz için memnun oldum

2.2.5. Dürüst Cevaplamak

İtiraza sağlam ve açık cevap vererek müşteri ile aynı düşüncede olmaya çalışılır. Çünkü itirazın ardında bir endişe saklı olabilir. Müşteri, 'Eğer bu ürünü alırsam yanlış yapar mıyım?' diye düşünebilir ve hatalı hareket etmekten korkar. Müşterinin bu korkusu satış yetkilisinin kendisine sunduğu teklifi kabul edinceye kadar devam edecektir.

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Müşterinin itirazlarını dinleyiniz.	➤ Empati kurunuz. ➤ Sabırlı olunuz.
➤ Uygun soru sorarak müşterinin ne istediğini anlayınız.	➤ İtirazı soruya dönüştürünüz. ➤ Müşteriyle konuşunuz.
➤ Müşterinin probleminin nereden kaynaklandığını bulmaya çalışınız.	➤ Vücut dilinizi kullanınız. ➤ Hoşgörülü olunuz.
➤ Müşterinin sorularını dürüstçe cevaplayınız.	➤ İkna kabiliyetini kullanarak müşterilerin sorularına doğru cevap veriniz. ➤ Soruları geçiştirmeyiniz.
➤ Satış sonrası kasa ve ödeme işlemlerine yardımcı olunuz.	➤ Sistemli ve düzenli çalışınız. ➤ İşlemleri kontrol ederek yapınız.
➤ İade ve değişiklik taleplerinde sorunu çözmeye yönelik çalışınız.	➤ Müşteriyle iyi iletişim kurunuz. ➤ İşlemleri kolaylaştırınız, zorlaştırmayınız.
➤ Müşteriye karşı tutarlı olunuz.	➤ Tecrübe ediniz. ➤ Tutarlı davranınız.
➤ Müşteriye rahatlatıcı şekilde davranınız.	➤ Müşteriye empatik tepki veriniz. ➤ Jest ve mimiklerinizi hissettiriniz.
➤ Müşteriye karşı daima nazik olunuz.	➤ Hoşgörülü ve kibar olmak işleri kolaylaştırır ➤ Önceliği müşteriye veriniz.
➤ Müşteri satın almamış olsa dahi iyi şekilde uğurlayınız.	➤ Kaybetmek kolay kazanmak zordur. ➤ Müşteri bu defa almadıysa diğer seferinde alabilir. ➤ İyi bir izlenim bırakınız.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER

Aşağıdaki soruların cevaplarını **doğru** veya **yanlış** olarak değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Doğru	Yanlış
1. Bir kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması empati yapmak için yeterlidir.		
2. Empatik tepki vermek karşımızdakine bedenimizi kullanarak ve sözlü olarak onu anladığımızı ifade etmektir.		
3. Müşteri itiraz ediyorsa ürünle ilgileniyor demektir.		
4. İyi müşteri hizmeti vermek için, çalışanların duygularını yok saymaları veya bastırmaları gerekir.		
5. Bütün itirazlar ne olursa olsun öncelikle onları anlayışla karşılamak gerekir.		
6. İtirazı karşılamada birinci adım itirazı dinlemektir.		
7. İtiraza sağlam ve açık cevap vererek müşteri ile aynı düşüncede olmaya çalışılır.		

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı modülün sonundaki cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer faaliyete geçiniz.

B. UYGULAMALI TEST

Bu faaliyet ile kazandığımız yeterliği aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Empati kurabilir misiniz?		
2. İtiraz karşılama teknikleri öğrendiniz mi?		
3. Müşteri İtirazlarını sakin bir şekilde dinleyebilir misiniz?		
4. İtirazları soruya dönüştürebilir misiniz?		
5. İtirazın sebebini öğrenebilir misiniz?		
6. Müşteriyi itiraz anında anlayışla karşılayabilir misiniz?		
7. Dürüst olabilir misiniz?		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda hayır şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı evet ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-3

AMAÇ

Satış sonrası müşteri memnuniyetini belirleyebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Diksiyonun satış üzerindeki etkisini araştırınız.
- İletişim kavramını araştırınız.

3. DİKSİYON

Güzel konuşmak, dinleyeni etkiler ve konuşanın başarısını artırır. Duygu, düşünce ve hayallerimizi etkili bir şekilde anlatabilmek için en çok ihtiyaç duyduğumuz şey sözcük hazinesidir. Etkili ve güzel konuşabilmek için bilgi birikiminin yanı sıra örnek konuşmaları da okumak gerekir. Konuşurken kekelememek, 'uuuuu' gibi sesler çıkarmamak, sözcükleri doğru söylemek, cümlede vurguyu yerli yerinde yapmak da önemlidir.



Resim 1.4: Güzel ve etkili konuşmak

Nefes kontrolü yapmak, nefesimizi açıcı egzersizler yapmak, ağız ve dudak tembelliğinden kurtulmak çok önemli olduğu gibi; bilgimizle, konuşmamızı planlamamızla ve özgüvenimizi pekiştirme ile konuşmalarımızda süreklilik sağlamak da gerekir.

3.1. Konuşma Hızı

Konuşma hızlarına bakarak da insanlar hakkında yargıya varılır. Stereo tip olarak, çok yavaş konuşan birine karar vermede ve düşünmede yavaş diye bakılır. Çok hızlı konuşan biri ise 'hilekar' ya da 'üç kağıtçı' diye bilenebilir.

Konuşma hızını denetlemeyi öğrenmek gerekir. Müşteriniz yavaş konuşuyorsa, siz de tempounuzu düşürüp onunkine uyum sağlayın.

Başlangıçta ses tonunuzu ve konuşma hızını karşınızdakine göre uyarlayın. Bu rahatlık oluşturacak ve iletişim hatlarını açacaktır.

3.2. Ses Tonu

Zor duyulur bir sesle ya da tonu giderek alçalan bir sesle konuşmayın. Öte yanda, cümle sonlarını soru gibi anlaşılabilir biçimde de yükseltmeyin.

Fısıltı gibi monoton bir konuşma kimseyi ikna etmez, bağırarak konuşursanız da karşınızdakini savunmaya geçmeye itersiniz. İstikrarlı, tonu iyi ayarlanmış bir konuşma biçimi, ikna edici olacaktır. Ses tonunuzun amacınıza uygun olmasına da dikkat edin. Emin olduğunuz zaman bunu konuşmanıza da yansıtın.

Ayrıca güzel konuşmak için sağlığınıza da çok dikkat etmeliyiz. Çok sıcak ve soğuk içecekler ses tellerimize zarar verirler. Ağız ve diş sağlığının da konuşma üzerindeki etkisi büyüktür.

3.3. İletişim

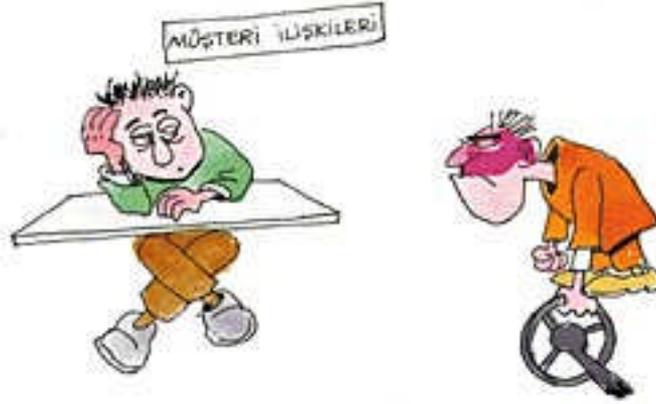
Bir kişinin bir bilgiyi anlaşılır biçimde başkalarına aktarmasıdır.

Bireyler arasında bilgi alıp vermek amacıyla oluşturulan bir ilişkiler sistemidir.

Etki oluşturmaya veya davranış sebebi olmaya yönelik bilginin bir kişiden başka bir kişiye bilinçli olarak aktarılmasıdır.

İletişim; duygu, düşünce ve bilgilerin akla gelebilecek her yolla başkalarına aktarılmasıdır.

İletişimle, dinleyicide yeni bir fikir geliştirilir veya dinleyicinin var olan fikrine bağlılığı artırabilir veya dinleyicinin önceki fikri değiştirilebilir.



Resim 1.5: Müşteri ilişkileri

3.3.1. İletişim Süreci

İletişimin üç ana faktörü vardır: Gönderici(kaynak), mesaj ve alıcı. İletişimin etkin olması bunların taşıyacağı özelliklere bağlıdır.

Kaynak: Bilgili olmalı, inanılır olmalı, tanınıp sevmeli, statüsüne ve rolüne uygun davranmalı.

Mesaj: Anlaşılır olmalı, açık olmalı, gönderileceği zaman iyi seçilmeli ve mesaj etki olarak kaynak ile alıcı arasında kalmalıdır.

Alıcı: Mesajı algılayabilmeli, istekli, bilgili, seçici olmalı ve bulunduğu ortamı belirleyebilip kaynak olma özelliğini taşımalıdır.

3.3.2. İletişimde Engeller

Etkin iletişimin sağlanabilmesi için kaynağın, mesajın ve alıcının belli özelliklere sahip olması gerekir. Bu özellikler mevcut olsa bile bazı durumlarda istenen etkin iletişim kurulamaz. Bunlar iletişimde rastlanan psikolojik engeller ve çevre şartlarından kaynaklanan fiziksel engellerdir:

- Çok soğuk, gürültülü, rahatsız edici veya sürekli sözünüzün bir şekilde kesildiği bir ortamda iletişimin bir yere varması düşünülemez.
- Açlık, uykusuzluk, yorgunluk hali gibi durumlarda da iletişim engellenebilir.
- Tarafların cinsiyeti, yaşı, statüsü gibi faktörlerin algılamayı etkilemesi hâlinde insanlar mesajları olduğu gibi değil, olmasını istedikleri gibi algırlar.
- Geri beslemenin olamaması, hatalı olması veya yetersiz olması.
- Farklı kültürlerden ve sınıflardan gelen insanlar arasında davranışların anlamı, kelimelerin yorumlanması açısından farklılıkların olması iletişimi etkiler.

- Mesajın kişinin inancına uymaması veya fazla uyması da algılamayı etkileyecektir.
- İletişimin kaynağına, göndericiye güvenmeme veya kaynağın alıcıya güvenmemesi.
- Şuursuz olarak yapılan mimik ve jestlerin algılamayı engellemesi.

3.3.3. İyi Bir İletişim İçin Gerekli Adımlar

- **Amacı, Stratejiyi Ve İletilecek Mesajı Bilmek:** Amacım nedir?, ne söylemek istiyorum?, hangi sonuca ulaşmak istiyorum? sorularının cevabını tespit etmek bizi stratejimizi planlamaya götürür.
- **Hedef Kişi Ya Da Kişileri (Alıcıyı) Tanımlamak:** Mesajınız nasıl bir alıcı tarafından algılanacak? Alıcının eğitimi, geçmiş deneyimleri, becerileri, bilgisi, yaşı, cinsiyeti, ırkı ve değerleri mesajı algılamada rol oynayacaktır.
- **İletişim Engellerini Aşmak:** Karşı taraf ile engel konusunda konuşmaya zaman ayırmak, diğer meslektaşlarla bu konuda konuşmak ve engel üzerinde çalışmak üzere kesin karar almak.
- **Uygun İletişim Türünü Ve Tarzını Seçmek:** Müşteri ile sözlü, yazılı, telefon ve sözel olmayan iletişim türlerinden uygun olanını seçmek.
- **Mesajı İletmek:** Mesajı iletirken bu iş için gerekli zamanı ayırınız, ne söylemek istediğinizi açık ve tam olarak söyleyin, tutarlı ve mantıklı olunuz, konudan uzaklaşmayınız ve ihtiyaçtan fazlasını söylemeyiniz, ihtiyatlı olunuz.
- **Geri Besleme (Feedback) Almak:** Geri besleme aldığınızda, mesajın yerine ulaştığını kesinleştirmiş olursunuz. Mesajınızın nasıl algılandığını bilmek size eğer gerekli ise onu yani mesajı yeniden ele alma, düzeltme imkanı verir. Mesajınızın sadece alınması değil, anlaşılması ve de kabul edilmesi de çok önemlidir. Böylelikle alıcı, arzu ettiğiniz, beklediğiniz davranışı gösterir veya tutum değişikliğine girer.



Resim 1.6: Mutlu bir müşteri

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Müşteri ile satış sonrası görüşmeler yapınız.	➤ İletişim kurma becerisini kavrayınız. ➤ Müşteri ile bağlantıyı koparmamak için bilgi deposu oluşturunuz.
➤ Müşteri problemi varsa bu problemin mantıklı olup olmadığını müşteriye yalancı durumuna düşürmeden belirleyiniz.	➤ Vücut dilinizi iyi kullanınız. ➤ Tecrübenizi kullanınız. ➤ Hoşgörülü olunuz.
➤ Problemlere tutarlı çözümler getiriniz.	➤ Sabırlı olunuz ➤ Müşteriyi ikna ediniz.
➤ Satış sonrası hizmetleri en iyi şekilde sununuz.	➤ Düzgün ve ikna edici bir dille satış sonrası hizmetlerin neler olduğunu anlatın ve uygulayınız. ➤ İyi bir marka olduğunuzu gösteriniz.
➤ Devamlı müşterileri özel günlerde hatırlayınız.	➤ Müşterilerin özel günlerini kaydediniz. ➤ Posta, sms, e-mail yoluyla kutlayınız.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER

Aşağıda verilen ifadeleri **doğru** veya **yanlış** şeklinde değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Doğru	Yanlış
1. Duygu, düşünce ve hayallerimizi etkili bir şekilde anlatabilmek için en çok ihtiyaç duyduğumuz şey kelime hazinesidir.		
2. Çok yavaş konuşan birine olgun bir insan nazarıyla bakılır.		
3. Konuşurken giderek alçalan bir ses tonuyla konuşmak gerekir.		
4. İletişim; duygu, düşünce ve bilgilerin akla gelebilecek her yolla başkalarına aktarılmasıdır.		
5. İletişimde en önemli faktör kaynaktır.		
6. Çok soğuk, gürültülü, rahatsız edici veya sürekli sözünüzün bir şekilde kesildiği bir ortamda iletişimin bir yere varması düşünülemez.		
7. Etkin iletişimin sağlanabilmesi için kaynağın, mesajın ve alıcının belli özelliklere sahip olması gerekir.		

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarı ile karşılaştırınız. Doğru cevap sayınızı belirleyerek kendinizi değerlendiriniz. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt yaşadığınız sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrar inceleyiniz

B. UYGULAMALI TEST

Bu faaliyet ile kazandığınız yeterliği aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Diksiyonun tanımını yapabilir misiniz?		
2. İletişim sürecinin faktörlerini sayabilir misiniz?		
3. İletişimde hangi engeller olduğunu biliyor musunuz?		
4. İyi bir iletişim için gerekli olan adımları biliyor musunuz?		

DEĞERLENDİRME

Yapılan değerlendirme sonucunda hayır şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Cevaplarınızın tamamı evet ise bir sonraki faaliyete geçiniz.

MODÜL DEĞERLENDİRME

A. OBJEKTİF TESTLER

Aşağıda çoktan seçmeli 5 soru hazırlanmıştır. Her sorunun bir tane doğru cevabı vardır.

1. Müşteri ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- A) Müşteri sattığı ürünü bütün ayrıntısına kadar bilen bir satış personelinin hizmet beklere.
- B) Yeni müşteri bulmak mevcut müşteriyi elde tutmaktan daha maliyetlidir.
- C) Müşteri ile yakın ilişki geliştirmek için müşteri veri tabanı oluşturmak gerekir.
- D) Müşteriye 'Siz varsanız biz varız' temel yaklaşımıyla hareket etmemizdir.
- E) Müşterilerin hepsi aynı özelliklere sahiptir.

2. İnsan ilişkileri ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A) İnsanları tartışarak ikna etmemizdir.
- B) İnsan ilişkilerinde en az düzgün konuşmak kadar dış görünüş de önemlidir.
- C) Telefon ederken yanlış numara çevirdiysek karşımızdaki kişiye bir şey söylemeden telefonu kapatmalıyız.
- D) Otorite kurarak insanları inandırmalıyız
- E) Müşteri olan ilişkilerde bilgisayarla iletişimi en az seviyede tutmalıyız.

3. Empati ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- A) Empati kuracak kişi kendisini karşısındaki kişinin yerine koymalıdır.
- B) Karşımızdaki kişinin duygu ve düşüncelerini doğru olarak anlamamız gerekir.
- C) Kişinin zihnindeki empatik anlayışı karşısındaki kişiye aktarması gerekir.
- D) Empatik tepki verirken beden dili kullanılabilir.
- E) İyi bir müşteri hizmeti verebilmek için çalışanların duygularını bastırmaları veya yok saymaları gerekir.

4. Müşteri itirazları ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A) İtiraz eden bir müşterinin satın alma ihtimali, hiç itiraz etmeyen müşteriden daha fazladır.
- B) Müşterileri hep aynı itirazlarda bulunuyorsa onu dinlemeyi bırakmak gerekir.
- C) Bütün itirazları anlayışla karşılamak gerekmez.
- D) Bütün itirazların kaynağı duygusallıktan kaynaklanmaktadır.
- E) Müşteriyi rahatlatmak için abartılı cevaplar vermek gerekir.

5. Aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- A) Çok hızlı konuşan biri 'hilekâr', ya da 'üç kağıtçı' olarak bilinebilir.
- B) Duygu ve düşüncemizi etkili bir şekilde anlatabilmek için en çok ihtiyaç
- C) Duyduğumuz şey kelime hazinesidir.
- D) Ağız ve diş sağlığının konuşma üzerindeki etkisi büyüktür.
- E) Şuursuz olarak yapılan mimik ve jestler algılamayı olumsuz etkilemez. İletişim; duygu, düşünce ve bilgilerin akla gelebilecek her yolla başkalarına aktarılmasıdır.

B. UYGULAMALI TEST

Modül ile kazandığınız yeterliği aşağıdaki ölçütlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Müşteri portföyü oluşturduunuz mu?		
2. İnsan ilişkilerinde yüzyüze iletişimin önemini kavradınız mı?		
3. Telefonla iletişimde dikkat edilmesi gereken kuralları öğrendiniz mi?		
4. Müşteri itirazlarına karşı nasıl tepki verileceğini öğrendiniz mi?		
5. Empati kurabilir misiniz?		
6. İyi bir iletişimin nasıl sağlanabileceğini öğrendiniz mi?		

DEĞERLENDİRME

Yaptığınız değerlendirme sonucunda eksikleriniz varsa öğrenme faaliyetlerini tekrarlayınız.

Modülü tamamladınız, tebrik ederiz. Öğretmeniniz size çeşitli ölçme araçları uygulayacaktır. Öğretmeninizle iletişime geçiniz.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRENME FAALİYETİ 1 CEVAP ANAHTARI

1-	D
2-	Y
3-	Y
4-	D
5-	D
6-	Y
7-	D
8-	Y
9-	Y
10-	D
11-	Y
12-	D

ÖĞRENME FAALİYETİ 2 CEVAP ANAHTARI

1-	Y
2-	D
3-	D
4-	Y
5-	D
6-	D
7-	D

ÖĞRENME FAALİYETİ 3 CEVAP ANAHTARI

1-	D
2-	Y
3-	Y
4-	D
5-	Y
6-	D
7-	D

MODÜL DEĞERLENDİRME TESTİ CEVAP ANAHTARI

1-	E
2-	B
3-	E
4-	D
5-	E

KAYNAKÇA

- ALTUNIŐIK Remzi, Őuayıp ÖZDEMİR, Ömer TORLAK, **Modern Pazarlama**, DeęiŐim Yayınları, İstanbul, 2002.
- ARIHAN Hesna, **İletişim Teknikleri**, Elit Yönetim DanıŐmanlıęı ve Eğitim Ltd. Őti.
- MEB, **Lise Türk Dili ve Edebiyatı Kompozisyon II Ders Kitabı**, Devlet Kitapları Müdürlüęü, İstanbul, 2005.
- MUCUK İsmet, **Pazarlama İlkeleri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2004.
- ÖZTÜRK A.Sevgi, **Pazarlama Yönetimi**, EskiŐehir,2003.
- ŐEFKATLİ Murat, Abdullah ÇELİK, **BeŐeri Münasebetler Ders Kitabı**, Tutibay Yayınları, Ankara, 1996.
- www.blogcu.com
- www.dumankaya.com
- www.tusiad.gov.tr