

MIZALLE



MAĞAZACILIK EĞİTİM KİTAPÇIĞI

2023-Ocak

MIZALLE

Mizalle, Muhammed Eymen Saraç tarafından 2018 yılı Haziran ayında, moda sektöründe fark oluşturmak üzere kurulan bir markadır. Marka yolculuğuna E-Ticaret satışıyla başlayan Mizalle, 2022 yılından itibaren girdiği franchise mağazalaşma süreci ile yurt içi ve yurtdışında 25 mağazaya ulaşmıştır. 2023 yıl sonuna kadar farklı lokasyonlara açacağı mağazalar ile daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemektedir. 2022 yılında İlk yurtdışı mağazasını Azerbaycan'da açan Mizalle, Balkan ülkeleri, Doğu Avrupa ve Arap Yarımadasından yoğun talep almaktadır ve özellikle Rusya, Özbekistan, Filistin, Kuveyt, Dubai, Sırbistan gibi birçok ülkeye ihracat yapmaya devam etmektedir. Deneyimli kadrosu ve yenilikçi yapısı ile yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda hızla büyüyen Mizalle, modern çizgilerin ve şıklığın temsilcisi olmuştur. Mizalle bu süreçte farklı yaş grupları ve kesimlerdeki tüketicilere hitap eden çeşitli kategoriler oluşturmuştur. 15-25 yaş arası kadınlara hitap eden "Mizalle Youth", rahat ve günlük modellerin yer aldığı "Mizalle Basics", kadınların özel günlerde tercih edebileceği "Mizalle Luxury" ve büyük beden giyen kadınlara hitap eden "Mizalle Comfort" ile tüketicisi ile buluştuğu koleksiyonlardan bazılarıdır. Mizalle, ürün gelişimi, stili, reklam, promosyon, üretim ve fiyat stratejilerini, "kapsayıcılık" ilkesiyle oluşturduğu imajına paralel olarak devam ettirmektedir.

MAĞAZACILIK EL KİTABI

MIZALLE MAĞAZALARI HİZMET VE SATIŞ İLKELERİ

1. Genel İlke	7
1.a. Mağazalarda Neler Yapıyoruz?	8-9-10
2. Karşılama ve Fark Etme	10
2.a. Karşılama Sözcükleri ve Cümleleri	11
3. Dış Görünüm	12
3.a. MIZALLE mağazalarında Dış Görünüm İlkeleri	12-13
4. Müşterilerle Diyalog	13
4.a. Sorular	13-14-15
4.b. Dinlemek	15
4.c. Müşteriyi İlgisiz Bırakmamak	16
4.d. Birde Fazla Müşteri Varken	17
5. Ürün Bilgisi	17
5.a. Özellikler ve Faydalar	17
5.b. Ürünü Net Anlatmak	18
5.c. Ürünü Sunmak	19

6. Ürünle Müşteri Arasındaki Mesafeyi Azaltmak	19
7. Müşteri İtirazları	19-20
8. Alternatif ve İlave Satışlar	20
8.a. Alternatif Satış Yöntemleri	20
8.b. İlave Satış Yöntemleri	21
9. Kasada Hizmet ve Uğurlama	21
9.a. Kasada Hizmet İlkeleri	21
9.b. Uğurlama İlkeleri	22-23
10. Beden Dili	24
10.a. Olumsuz Beden Dili Örnekleri	24-25
10.b. Olumlu Beden Dili Örnekleri	25
11. Müşteriler İle Konuşma	26
11.a. Kullanılmayacak Sözcükler	26-27
12. Kuruma Bağlılık / Takım Çalışması	27-28
12.a. Mağazacılık Takım Ruhunun Önemi	28-29-30
13. İletişim Becerileri	31
13.a. Müşteriler İle İletişim	31-32
13.b. Mağazada Telefon Kullanımı	33

MIZALLE MAĞAZALARI
HİZMET VE SATIŞ İLKELERİ

1. Genel İlke

Satış aşamaları içinde ilk ve çok önemli bir aşama, müşterinin mağazanızla ve sizinle ilk karşılaşmasıdır. Bu karşılama çeşitli faktörlerin etkisiyle, sizinle ve mağazanızla karşı karşıya gelen kişide birkaç dakika içinde bir izlenim oluşturur ki bu ilk izlenim çok önemlidir. Bu süreyi çok iyi kullanırsanız müşterinizde olumlu bir izlenim oluşmasını sağlarsınız. İlk birkaç dakika içinde, müşterinizin kafasında size ve mağazanıza güvenip güvenmeyeceği, işin uzmanı olup olmadığınız, iletişim yeteneğiniz gibi konularla ilgili görüşler oluşur. Bu görüşlerin oluşması, sizin verdiğiniz sinyallerle müşterinizin kafasındaki değer yargıların bir araya gelerek bir değerlendirmenin yapılması ile gerçekleşir. Bu değerlendirme bilinçli şekilde yapılmaz, müşterinin izlenimi kendiliğinden oluşur.

Mağazada, Müşteride İlk İzlenimi Neler Oluşturur?

- Mağazanın dış görünümü (dış cephe, vitrin, ışıklandırma)
- Mağazanın iç görünümü (teşhirler, temizlik, havalandırma)
- Müşteri ile satış elemanının ilk karşılaşması (ne zaman ve nasıl karşılandığı)

Müşterinin ilk izlenimi olumlu ise satışınız kolaylaşır, olumsuz ise zorlaşır. İlk izlenim değişebilir ama zordur. Başa dönmek için çok çaba gerekir. Bütün bu nedenlerle ilk izlenimi çok iyi kullanmanız gereklidir. Satışın diğer aşamalarındaki başarı, büyük ölçüde ilk izlenime bağlıdır.



1. a. Mağazalarda Neler Yapıyoruz

Müşteri, mağazaya geldiğinde satış elemanları ve (varsa) müşterilerden oluşan bir sahne ile karşılaşır ve bu sahne müşteriye etkiler.

Bu sahne; nasıl olmalı?

- Müşterilerle ilgilenilen,
- Müşteriye ilgili bir şeyler yapılan,
- Dinamik görünen, bir sahne olmalıdır.

MIZALLE Mağazaları'nda Müşteri Yokken Neler Yapılmalı?

Genel Çevre

- Aydınlatma kontrolü yapılmalı, sorun varsa giderilmeli. Aydınlatmalar çalışma saatleri süresince açık olmalı
- Müzik sesi mağazanın her yerinden duyulabilecek minimum seviyeye getirilmeli
- Mağaza içindeki ısı, mevsim şartlarına göre ayarlanmalı
- Kasa bankosu ve satış masaları düzenlenmeli
- Müşterinin bilgisine sunulan katalog ve broşürler düzenlenmeli, eksikse tamamlanmalı
- Müşterinin kullanabileceği alanlar (oturma grubu, içecek standı, tuvalet vb.) kontrol edilip temizlenmeli
- Stantlar kontrol edilip düzenlenmeli, gerekiyorsa temizliği ve tamiri yapılmalı
- Ürünlerin teşhirleri görsel kurallarına göre kontrol edilmeli, gerek varsa düzeltme yapılmalı
- Teşhirdeki eksik ürünler tamamlanmalı
- Fiyatları değişen ürünlerin etiketleri yenilenmeli
- Mağaza genel mekân temizliği yapılmalı

Operasyon

- Cep depo ve hızlı satış depo kontrolü yapılmalı, eksik ürünler tamamlanmalı
- Fatura ile irsaliyelerin kontrolü yapılmalı ve arşivlenmeli
- Mağazaya gelen ürünlerin irsaliye kontrolleri aynı gün yapılarak irsaliye onayı kapamalı
- Sevkiyat planı takip edilerek ve mağaza shifti buna göre organize edilmeli. Sevkiyat günlerinde mağaza yönetimi mağaza da bulunmalı
- İade edilecek ürünler saptanmalı ve kontrolü yapılmalı
- Ekip olarak kısa süreli gündem maddeleri üzerine bir toplantı yapılmalı

Personel

- Anlık Kişisel bakım düzenli şekilde yapılmalı

Satış Arttırma

- Gün içinde olumlu ya da olumsuz geçen görüşmelerle ilgili analiz yapılmalı
- Mağaza yönetimi günlük briefler ve aylık toplantılar planlamalı
- Mağazanın oluşturacağı VIP müşteri takip listesi ile mevcut ya da gelecek kampanya bilgileri müşteriler ile paylaşılmalı
- Önceki günlere ait siparişlerin takibi yapılmalı
- Alışveriş sıklığı ve alışkanlıkları kestirilebilen müşteriler ile dialog yolu açık tutularak sadakat yaratılmaya çalışılmalı
- Ziyaret sayısı kontrol edilerek seyrek gelen müşteriler aranmalı

Ofis İşleri

- E-postalar cevaplanmalı
- Merkez ile gerekli görüşmeler gerçekleştirilmeli
- Merkezden gelen bilgiler mağaza çalışanlarıyla paylaşılmalı
- Talep ve görüşler önem ve düzeyine göre öncelikle bölge müdürleri ile paylaşılmalı
- Satış performansı takip edilen ürün gruplarındaki stok seviyeleri bölge müdürlerine ve planlama birimine iletilmeli



MIZALLE Mağazaları'nda Müşteri Yokken Neler Yapılmamalı?

- Beden dili yanlış kullanılmalı (yaslanma, eller belde, eller cepte vb.)
- El şakası yapılmamalı
- Dedikodu ve firma eleştirisi yapılmamalı
- İş dışı vakit geçirilmemeli, sohbet edilmemeli
- İnternet iş dışında kullanılmamalı, işle ilgisi olmayan web sitelerine girilmemeli
- Mağaza içinde yemek yenmemeli
- Yemek ve çay molaları uzatılmamalı
- Mağazada sigara içilmemeli
- Mağaza önünde durup sigara içilmemeli, bir şeyler yenmemeli
- Sakız çiğnenmemeli
- Kapıda durup dışarısı seyredilmemeli
- Mağaza dışında, komşu mağaza çalışanlarıyla sohbet edilmemeli
- Kapıya arkası dönük şekilde durulmamalı
- Mağaza ortasında koli açılmamalı, depoya yerleştirilecek veya müşteriye gönderilecek ürünlere ait koliler mağaza içinde durulmamalı
- Mağaza içinde cep telefonu ile özel konuşmalar yapılmamalı
- Telefon görüşmeleri bağırarak ve uygunsuz dilde yapılmamalı
- Uzun ve gereksiz telefon görüşmeleri yapılmamalı
- Yüksek sesle bağırarak uzak mesafelere seslenilmemeli
- Kesinlikle iş arkadaşları ile tartışılmamalı
- Mağaza ve kasa noktası boş bırakılmamalı
- Yöneticinin bilgisi olmadan mağaza terk edilmemeli

2. Karşılama ve Fark Etme

Mağazalarda müşteri içeriye girdikten sonra hemen fark edilir ve fark edildiği müşteriye sözcüklerle, bir selamlama hareketiyle, göz göze gelerek ya da gülümseyerek hissettirilir.

- Selamlama, sözcüklerle ya da baş hareketiyle yapılabilir
- Ses tonu ve beden dili canlı ve dinamik olmalıdır
- Karşılama güler yüz esastır
- Bu şekilde davranılmadığı zaman, kendisiyle ilgilenilmeyen müşterinin alışveriş yapmadan mağazayı terk etme olasılığı vardır.

2. a. Karşılama Sözcükleri ve Cümleleri

MIZALLE Mağazaları'nda Kullanılabilecek Karşılama Sözcükleri

- Hoş geldiniz efendim
- İyi günler efendim
- İyi günler efendim, hoş geldiniz
- İyi akşamlar efendim, hoş geldiniz
- Günaydın efendim, hoş geldiniz
- Merhaba efendim, hoş geldiniz
- Merhaba Hanım hoş geldiniz
- Merhaba Hanım Bey nasılsınız, (tanıdık müşterilere)
- İyi bayramlar efendim, hoş geldiniz
- İyi yıllar Hanım, hoş geldiniz

MIZALLE Mağazaları'nda Kullanılmayacak Karşılama Sözcükleri

- Nasıl bir şey bakmıştınız?
- Ne bakmıştınız?
- Yardımcı olabilir miyim?
- Nasıl yardımcı olabilirim?
- Nasılsınız, iyi misiniz, (doğrudan)
- Neye bakmıştınız?
- Buyurun
- Ne istemiştiniz?
- Ne aramıştınız?
- Yardımcı olayım
- Uzun zamandır nerelerdesiniz?
- Selam, nasılsınız
- Hiçbir şey söylemeden başıyla selamlamak
- Düşündüğünüz bir şey var mıydı?
- İyi geceler, hoş geldiniz
- Abi / abla / amca / teyze hoş geldiniz
- Kim için bakmıştınız?

3. Dış Görünüm

MIZALLE Mağazaları'nda Dış Görünüm İlkeleri

Saç Bakımı

- Saçlar, temiz ve bakımlı olmalı
- Düzgün taranmış ve kepeklerden arınmış olmalı
- Abartılı jöle kullanılmamalı
- Abartılı ve çok yönlü tokalar kullanılmamalı
- Saç boyası rengi çok iddialı olamamalı

Sakal Bakımı

- Her gün sakal tıraşı olunmalı,
- Sakal varsa aşırı uzun ve bakımsız olmamalı
- Şekilli sakal varsa her gün özenle düzeltilmeli

Vücut Temizliği

- Ağır parfümler kullanılmamalı, hafif bir koku tercih edilmeli
- Ter kokusu engellenmeli
- İşe gelmeden önce mümkünse her sabah duş alınmalı. Duş aldıktan sonra deodorant kullanılmalı
- Giysi üzerine parfüm ve deodorant sıkılmamalı

Tırnaklar

- Bakımlı ve temiz olmalı
- Kısa kesilmiş olmalı
- Doğal renk oje (frence de olabilir) kullanılmalı

Makyaj

- Makyajınız yaşınıza ve giysinize uygun olmalı
- Çok hafif ve doğal bir makyaj yapılmalı
- Abartılı bir makyaj olmamalı



Giyim

- Personel giysileri temiz ve ütülü olmalı
- Kıyafete uygun bir çorap giyilmeli
- Gömlek cebinde sigara, cep telefonu, cüzdan, not kâğıdı vb. taşınmamalı
- Abartılı takı, abartılı aksesuar kullanılmamalı
- Ayakkabılarınız temiz, bakımı yapılmış olmalı
- Yaka isim kartı her zaman takılmalı

Nefes

- Sigara kokmamalı, (sigara içtikten sonra nikotin kokusunu giderici spreyleyler kullanılmalı)
- Diş ve ağız temizliğine dikkat edilmeli
- Kokulu yiyecekler yenmemeli, (sucuklu tost, pastırma, sarımsaklı yoğurt vb.)
- Koku giderici (sakız harici) nane şekeri sprey kullanılmalı

4. Müşterilerle Diyalog

Araştırmalar bize müşterileri; planlı alışveriş yapanlar ya da plansız alışveriş yapanlar diye sınıflandırmayacağımızı, plansız alışverişin bir gerçek olduğunu ve her an olabileceğini gösteriyor. Bu nedenle iyi satıcılar olarak yapmanız gereken; mağazadan içeri giren müşterinin alışveriş yapmayı planlayıp planlamadığını anlamaktan çok, onun gereksinimlerini ortaya çıkarmaktır. Ortaya çıkardığınız bu gereksinimler, müşterinin önceden planladığı ve planlamadığı bir şey olabilir. Önemli olan gereksinimleri anlamak ve ona uygun ürün sunabilmektir.

Müşterinin Gereksinimlerini Anlamanın Yolları

- Müşterilerinizin satın alma nedenlerini iyi bileceksiniz
- Müşterilerinize doğru sorular soracaksınız
- Verdiği cevapları dikkatle dinleyip yorumlayacaksınız

4. a. Sorular

İlk bakışta bütün sorular birbirinin aynı gibi görünür. Oysa değişik soru tipleri vardır ve etkileri farklıdır. Burada 3 tip soru üzerinde duracağız:

1. Evet / Hayır Soruları: Cevabı “evet” ya da “hayır” olabilen sorulardır. Bu tip sorular sorduğunuz zaman “hayır” cevabı alma riskiniz vardır ve olumsuz bir cevap aldıktan sonra satış genellikle biter.

Örnek

Satış Danışman : “Yardımcı olabilir miyim?”

Müşteri : “Hayır”

2. Açık Sorular: “Evet” ya da “hayır” diye cevaplandırılmayacak ve içinde seçenek olmayan sorulardır. “(Hangi, ne, kaç, nasıl, kim, nerede, ne zaman)”. Bu tip sorular müşterinizi konuşmaya teşvik eden ve bilgi toplamanızı sağlayacak sorular olduğu için gereksinimlerini anlamanız açısından yararlıdır. Ayrıca müşteriyle gerçekten ilgilendiğinizi de gösterir.

3. İkili Sorular: İki seçenek sunarak birinin tercih edilmesi istenen sorulardır. İkili sorular da gereksinimleri ortaya çıkartmak ve yönlendirmek konusunda size yardımcı olur. Özellikle pek konuşma taraftarı olmayan müşterilere cevap verdirmek ve kararsız müşterileri yönlendirmek için etkilidirler.

Örnek:

Satış Danışmanı : “Hırkayı siyah mı yoksa beyaz mı tercih edersiniz?”

Müşteri : “Beyaz olan lütfen”

Gördüğünüz gibi hem açık sorular hem de ikili sorular müşteriye “hayır” deme fırsatı vermiyor ve bu tip sorularla müşteriye konuşmanın gelişmesi için yönlendirebiliyoruz.

MIZALLE Mağazaları’nda Kullanılabilecek Soru Örnekleri

- Hangi renkleri tercih ediyorsunuz?
- Nasıl bir elbise düşünürsünüz?
- Nerede kullanacaksınız?
- Kendiniz için mi düşünüyorsunuz?
- Hangi kalıp tercih edersiniz?
- Aldığınız pantolonun üzerine nasıl bir tunik düşünürsünüz?
- Düğmeli mi düğmesiz mi tercih edersiniz?
- Yatağınızın ölçüsünü öğrenebilir miyim?
- Ne renk bir etek bakmıştınız?
- Kızınız kaç beden giyiyor?

MIZALLE Mağazaları'nda Kullanılmayacak Soru Örnekleri

- Düşündüğünüz bir renk ya da model var mı?
- Aldığınız nevresime uygun yatak örtüsü düşünür müsünüz?
- Eşiniz için de bir şey düşünür müsünüz?
- Özellikle düşündüğünüz bir renk var mı?
- Özel bir günde mi kullanacaksınız?
- Başka bir şeye ihtiyacınız var mı?
- Hediye mi olacaktı?
- Yeni sezon modellerimizi göstereyim mi?
- Denemek ister misiniz?
- Üzerinizde görmek ister misiniz?
- Düşündüğünüz bir desen var mı?
- Ne kadarlık bir şey bakmıştınız?
- Ürünlerimiz hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Almak ister misiniz?
- Düşündüğünüz böyle bir şey miydi?
- Ne renk düşünürüz? ("Biz" ifadesi kullanılmamalı)
- Bu tamam mı?
- Aksesuar ister misiniz?
- Fişinizi yazalım mı?
- Başka bir arzunuz var mı?

4. b. Dinlemek

Aktif ve Doğru Dinlemenin 10 Kuralı

1. Müşterinizin sözünü bitirmesini bekleyin, sözünü kesmeyin
2. Dinlerken müşteriye doğru bakın
3. Dinlerken kesinlikle başka bir şeyle uğraşmayın
4. Bütün davranışlarınızla müşteriye, onu dinlemeye önem verdiğinizi ve o anda en önemli işinizin onu dinlemek olduğunu hissettirin
5. Müşterinin nasıl anlattığından çok ne anlattığına önem verin
6. Konuşma boyunca müşteriye anladığınızı gösteren hareketler yapın
7. Zaman zaman tekrarlar yapın
8. Sadece duymak istediklerinizi duymayın
9. Anlamadığınız zaman yorum yapmayın

10. Müşteriyi görüşleri ve verdiği bilgiler için teşekkür edin

4. c. Müşteriyi İlgisiz Bırakmamak

Satış boyunca müşterinize göstermeniz gereken ilginin önemli göstergelerinden biri, satış sırasında sadece müşteriye yoğunlaşmak ve başka hiçbir işin bu ilgiyi kesintiye uğratmasına izin vermemektir.

Müşteri, ilgisiz bırakıldığı ve satış elemanının başka işlerle uğraştığını gördüğü zaman, gerginleşir, bunu bir saygısızlık olarak algılar ve satıştan uzaklaşır. Müşteriye hizmet anında başka bir müşteriye ya da telefona bakmak zorunda kalırsanız, müşteriden özür dileyerek ondan izin istemeniz ve işinizi çok kısa zamanda bitirip tekrar müşterinin yanına dönmeniz gerekir.

Müşteriyi İlgisiz Bırakma Şekilleri:

- Başka bir mağaza işiyle ilgilenmek
- Diğer personel ya da yöneticiyle konuşmak
- İzin almadan başka bir müşteriyle ilgilenmek
- Çeşitli şeylerle ilgilenmek
- Açıklama yapmadan depoya gitmek
- Müşteri ayakkabı denerken ondan uzaklaşmak



4. d. Birden Fazla Müşteri Varken

- Esas olan o anki müşterinizdir. Bir müşteriye servis verirken başka bir müşteri çağırırsa hizmet verdiğiniz müşteriden izin alarak ve özür dileyerek, çağırılan müşteriye “hemen geliyorum, efendim” demelisiniz
- Yardım isteyen müşteri ile ilgilenilecek başka bir arkadaşınız var ise onu müşteriye yönlendirmelisiniz
- “Bir dakika”, “Bir saniye” gibi müşteriye bekleyeceğini hissettiren ifadeler kullanmamalısınız
- İnisiyatifinizi kullanarak hangi müşteriye yönleneceğinize karar vermelisiniz
- Pratik ve hızlı olmalısınız
- Aynı ürünle ilgilenen iki müşteriye bir araya getirebilirsiniz
- Bekletiyorsanız, ikramda bulunabilirsiniz
- Bir müşteriyle ilgilenirken diğerine gözlerinizle ve olumlu yüz ifadenizle mesaj gönderebilirsiniz
- Çok kalabalık günlerde yöneticinizden yardım isteyebilirsiniz

5. Ürün Bilgisi

5. a. Özellikler ve Faydalar

Özellikler, ürünün renk, model, hammadde, boyut gibi nitelikleridir. Faydalar ise müşterinin ne işine yarayacağıdır. Örnek verirse: Havlunun bambu lifinden üretilmesi bir özelliktir. Bu maddenin terletmemesi ise bambu olma özelliğinin müşteriye sağlayacağı faydadır. Müşterinize özelliklerini sıralayarak ürünü satmanız mümkün değildir. Bu özelliklerinin ona ne fayda sağlayacağını ve bu faydaların onun gereksinimlerini nasıl karşılayacağını anlatmalısınız. Ürünün özelliklerini ve faydalarını anlaşılır bir şekilde sunarken bu bilgileri ardı ardına sıralamak değil, müşterinin gereksinimleriyle birleştirmek önemlidir. Bu noktada çok dikkatli olmalıyız. Müşterinin istediği ansiklopedik bir bilgi değildir. Sıralanan bilgilerin onu etkilemesi gerekmektedir. Müşteri etkileyecek olan şey, ürünün kendi istekleriyle paralellik göstermesidir. Bu nedenle, müşteri neyle daha çok ilgileniyorsa o konuya yönelik özellik ve faydalara ağırlık verin. Ürünün sağlıklı kullanımını arayan müşterilere, doğal elyafların doğallıkla ilgili faydalarını anlatın. Modayı çok yakından takip eden müşteriye, öncelik olarak ürünün ne kadar dayanıklı olduğunu değil modaya uygunluğunu ve görünüm güzelliğini anlatın. Aksi halde müşteriye bir bilgi karmaşası içinde boğarsınız.

5. b. Ürünü Net Anlatmak

Ürün bilgisini net ve anlaşılır bir şekilde vermemek yani belirsiz, güvensiz bir şekilde ve müşterinin kafasını karıştıracak terimlerle anlatmak doğru değildir.

MIZALLE Mağazaları'nda Ürünün Anlatırken Kullanılmayacak Kelimeler

- Olabilir
- Büyük ihtimalle
- Civarında
- Belki
- Sanırım
- Herhalde
- Yaklaşık
- Gibi
- Vallahi bilemiyorum
- Zannedersem
- Eeee...
- Hiç bilmiyorum
- Öyle olması lazım
- Galiba
- Zannetmem
- Nasıl yani?
- Nasıl olur?
- Nasıl desem?
- İlk defa oluyor
- Zaman zaman
- Bazen
- Bakmam lazım
- Öyle olmalı
- Çok şaşırdım, olmaması lazım
- Bilmem ki
- İlginç
- Hay Allah!
- Tahminimden iyi oldu
- Şu ana kadar hiçbir şikâyet almadık



5. c. Ürünü Sunmak

- Ürünü satarken ürüne değer verdiğinizi müşteriye gösterin
- Ürünü sadece sunarken değil, her zaman değer verin
- Ürün hakkında iyi konuşun
- Ürünün paketlemesine çok özen gösterin
- Depodan çıkartıp müşteriye sunduğunuz ürünler defolu, lekeli, tozlu olmasın
- Ürünü uzaktan işaret edip göstermeyin
- Ürünü nelerle takımlayabileceğinizi anlatın

6. Ürün ile Müşteri Arasındaki Mesafeyi Azaltma

Müşteriler için genel ilke olarak mağazadaki her şey yabancıdır. Reyonlar, siz ve ürünler müşteriye yabancıdır. Bu yabancılığı ortadan kaldırmazsanız, satış yapamazsınız. Sizin yardımınızla yabancılık ortadan kalkacaktır. Daha sonra sıra, ürünlerinizi müşteriye yaklaştırmaya gelir.

MIZALLE Mağazaları'nda Ürünle Müşteri Arasındaki Mesafeyi Azaltmak

- Müşteriyi ürün hakkında konuşturmak
- Müşterinin ürüne dokunmasını sağlamak
- Müşterinin ürünü denemesini sağlamak

Bu 3 maddenin bir ortak özelliği vardır. Hepsinin temelinde, müşteriyi ürünle ilgili pasif bir konumdan çıkartıp aktif bir hale getirmek yatıyor. Bir şeyle ilgili aktif olmak, insanları konunun içine daha fazla sokar ve konuya yakınlaşmalarını sağlar.

7. Müşteri İtirazları

İtirazları hangi konuda olursa olsun ve ne amaçla yapılırsa yapılsın, olumlu bir şekilde cevaplamak, müşteriyi tatmin etmek ve satışa yönelmek için bazı teknikler vardır.

Bu teknikleri her türlü itirazlara uygulayabilirsiniz.

İtirazları Karşılamanın 9 Tekniği

1. Yapılan itirazların altında yatan gerçek nedeni anlayın
2. İtiraza hemen cevap vermeyin. Müşteriye itiraz etme hakkını tanıdığınızı ve itirazına saygı duyduğunuzu gösterin
3. İtiraza cevap verme işini, müşteriyle münakaşa veya bilgi yarışması haline dönüştürmeyin

4. İtirazları kişiliğinize yapılmış saldırılar veya güvensizlik gösterileri olarak almayın
Moralinizi bozmayın sakin olun
5. Bazen itirazlara hemen cevap vermeyin, bir süre geçmesini bekleyin
6. Her konuda çok bilgili olun
7. Bazen itirazları kabullenmeniz gerekebilir
8. Aktif ve doğru dinleme teknikleri kullanın
9. Güven verici olun

Unutmayın, itiraz, ikna edilme isteğinin veya bir tereddüdün göstergesidir. İtirazlar karşısında moraliniz bozulmasın, müşterinin tepkilerini kişisel algılamayın. Uzmanlığınızı konuşturun ve müşterinizin tereddütlerini giderin.

8. Alternatif ve İlave Satışlar

Müşterinin istediği ürün elinizde yokken satış gerçekleştirmek “alternatif satış”. Bu teknik aslında belirli bir ürünü arayan müşteriye zaman kaybindan ve zahmetten kurtaran olumlu bir servistir. Çoğu müşterinin özellikle belirli bir ürünü aramasının nedeni, gereksinimlerini karşılayacak başka seçeneklerin farkında olmamasıdır.

Genellikle müşterinin gereksinimlerini karşılayacak başka bir seçenek vardır. Bunu ortaya çıkarmak için müşterinin gerçek ihtiyacını, tercihlerini anlayabileceğiniz sorular sormanız gerekmektedir. Tespiti yaptıktan sonra satışa, şu iki yoldan herhangi birini izleyerek devam edebilirsiniz:

- Müşterinin öncelikle aradığı şeyin yerini tutan bir ürünün özellik ve faydalarını anlatmak,
- Müşterinin özellikle aradığı şeyin olmadığını kabullenerek, farklı bir ürün sunmak

Şirketimizin kâr edebilmesinin ve sizin satışlarınızın artabilmesinin tek yolu vardır: Her müşteriye birden fazla ürün satmak! Tek ürün satışı ile yetinmek iyi satıcıların yapacağı şey değildir.

8. a. Alternatif Satış Yöntemleri

MIZALLE Mağazaları’nda Alternatif Satış Yöntemleri

- “Yok” kelimesi kullanılmamalı
- Müşterimizin istediği ürün yoksa onun yerini tutabilecek ürünler önerilmeli
- “Maalesef ” kelimesi kullanılmamalı
- Müşteri o an için bulunmayan bir ürün soruyorsa mutlaka ürünün geleceği tarih söylenmeli ve yine alternatifler sunulmalı

- Müşterinin ihtiyacı tam olarak anlamaya çalışılmalı ve ona göre başka bir ürüne yönlendirilmeli
- Müşteriyi (varsa) yeni sezon ürünlere yönlendirerek aradığını bulmasına yardımcı olunmalı

8. b. İlave Satış Yöntemleri

Müşteri Bir Ürün Almaya Karar Verdiğinde İlave Ürün Satmak İçin Uygulanacak Yöntemler

- Aldığı ürün ile birlikte kullanabileceği farklı ürünler sunmak
- Aldığı ürün ile hiç ilgisi olmayan ürünler göstermek
- Aldığı ürünün farklı renkleri var ise bir tane daha sunmak

MIZALLE Mağazaları'nda İlave Satış Yöntemleri

- Aldığı ürüne uyan başka ürünler göstermek
- Aldığı ürünün aksesuarlarını göstermek
- Müşteri ürünü incelerken alınan bilgilere göre ilaveler yapmak

9. Kasada Hizmet ve Uğurlama

Kasada hizmet verirken sadece ve sadece müşterinizin işlemiyle uğraşın. Onu hiç bekletmeyin. Bekletmek zorunda kalırsanız, neden beklettiğiniz hakkında açıklama yapın empatik cümleler kurun. İşlemi ne kadar çabuk biterse müşteri o kadar memnun olur. İşlemlerle ilgili sakın müşteriyi suçlamayın.

MIZALLE Mağazaları'nda Kasada Hizmet İlkeleri

- Güler yüzlü olmak, müşteriyi karşılamak
- Müşterini yüzüne bakarak servis vermek
- Kimlik isterken “---- Hanım, Bey kimliğinizi rica edebilir miyim?” diye sormak
- Kimliği gördükten sonra teşekkür etmek
- Bekletmelerde özür dileyerek güler yüzle açıklama yapmak
- Kasa kuyruklarında sıra arkasındakileri göz teması ile rahatlatmak
- Kasadaki müşteriye cari hesap kartını eksiksiz doldurtmak
- Sırada bekleyen müşteriyle eğer vakti müsait ise servis veren satış danışmanının ilgilenmesi
- Ödeme sonrası müşteriden önce teşekkür etmek
- Müşteriyi güler yüzle ve uygun uğurlama sözcükleriyle uğurlamak

- Kredi kartını aldığınızda müşteriye isim ile hitap etmek
- “ Karta onay alınamadı ” , “ Onay vermiyor ” , “ Maalesef reddedildi ” ifadelerini kullanmamak. Böyle durumlarda pozitif bir ifade ile “hatlarda bir sorun var” ifadesini kullanarak başka bir kart istemek yoksa tekrar denemek ve çıkan yazıyı açıklama ile müşteriye göstermek
- Kartın sahibi değil, bir başkası alışveriş yapmışsa, “Özür dilerim, kart sahibi olmadan kullanıramıyoruz. Ürünleri sizin için ayıralım daha sonra işlemlerinizi yaparız” demek
- Ödeme öncesi müşteriye ödeme bilgilerini aktarmak (taksitlendirme, promosyon bilgileri vb.)
- Seri hareket etmek
- Bozuk para bulundurmak
- İşlem sırasında telefon çalarsa “özür dilerim” diyerek telefona bakmak ama en kısa zamanda müşteriye geriye dönmek
- Paketleme yapılırken ürüne saygı göstermek
- Kasada müşteri varken iade müşterisi ya da bir sorun için gelen müşteri varsa, sorunu kasadan uzakta çözümlenmek
- Sert hareketlerden kaçınmak, (kimliği, faturayı, kalemi, poşeti verirken)
- Kasa işlemini yaparken müşteriye aldığı ürünün bedelini ve fiyatını hatırlatmak ve böylelikle olası bir hatayı engellemek

9. a. Uğurlama İlkeleri

Her şeyin olumlu gittiği bir satış ilişkisinden sonra olaya noktasını koyan şey, müşteriye nasıl uğurladığınızdır. Güzel bir uğurlama, müşterinin ağzında çok güzel bir tat kalmasını sağlayacaktır. Özensiz uğurlama veya hiç uğurlama yapılmaması verdiğiniz iyi servisi gölgeleyecektir. Uğurlama son izlenimdir, müşterinin mağazanıza tekrar gelmesini sağlar.

MIZALLE Mağazaları’nda Kullanılabilecek Uğurlama Cümleleri

- İyi günler, yine bekleriz efendim (veya isimle hitap)
- Güle güle kullanın efendim
- İyi pazarlar, iyi bayramlar, iyi akşamlar
- İyi seneler efendim, tekrar bekleriz
- İyi tatiller Hanım Yine bekleriz
- İyi günlerde kullansınlar

- Eşinize hürmetlerimizi sunarız (eğer tanıdık ise)
- Hizmet sırasında müşterinin verdiği ipuçlarını değerlendirerek uğurlamak
Örneğin: “Geçmiş olsun”, “iyi tatiller”, “güle güle büyütün”, “tekrar tebrik ederiz” vb
- İyi günlerde kullanın efendim, tekrar bekleriz

MIZALLE Mağazaları’nda Kullanılmayacak Uğurlama Cümleleri

- Gene bekleriz
- Görüşmek üzere
- Bye bye
- Hoşçakalın
- Eşinize çok selam
- İyi geceler
- Teşekkür ederim (mağaza adına teşekkür ederiz demek gerekiyor)
- Rica ederim efendim
- Kendinizi özletmeyin. Sık sık gelin
- Hayırlı olsun



10. Beden Dili

Beden dili deyince, bedenimizin biz farkında olalım veya olmayalım, karşımızdakine verdiği mesajları anlıyoruz.

Bu mesajlar esas olarak şunlardan oluşur: Yüz ifadesi, gözlerin hareketi, başın ve kolların duruşu, beden duruş biçimi, karşımızdakiyle aramızdaki mesafe, tikler, eller, dış görünüş, beden teması, duruş yönü.

Satışta hem müşterimizin beden dili bize bir şeyler anlatır, hem de bizim beden dilimiz müşteriye bazı mesajlar verir. Verdiğimiz mesajların olumlu olması ve söylediklerimizi desteklemesi bizim elimizdedir.

10. a. Olumsuz Beden Dili Örnekleri

- Asık suratlı olmak
- Gözleri kaçırmak
- Tırnak yemek
- Sakız çiğnemek
- Parmak çıtlatmak
- Dans etmek
- Müzikle ritim tutmak
- Yaslanmak
- Bezgin bir ifade ile durmak
- Kalem vs. ile abartılı oynamak
- Saçla oynamak
- Kaşınmak
- Aynada kendini seyredip saçını başını düzeltmek
- Müşteriye sırtını dönmek
- Eller cepte dolaşmak
- Eller belde dolaşmak
- Kambur durmak

- Islık çalmak
- Esnemek
- Elleri göğüste birleştirmek
- Elleri arkada birleştirmek
- Müşteriye çok yaklaşmak
- Çocukları öpmek
- Müşteriyi çok yakın takip etmek
- Gereksiz yere dokunmak
- Müşteri geldiğinde görmezden gelmek
- Yorgun bir ifade ile bakmak
- El şakaları yapmak
- Yersiz mimikler ve işaretler yapmak

10. a. Olumlu Beden Dili Örnekleri

- Güler yüzlü olmak
- Olumlu bir yüz ifadesi
- Gözlerin canlı ve güvenli bakması
- Dik duruş ve elleri yanda tutmak
- Konuşurken abartmadan elleri konuşmaya uygun hareket ettirmek
- Ürünü tutmak
- Müşteriyi aktif olarak dinlemek
- Canlı ve dinamik olmak

11. Müşteriler ile Konuşma

Müşteri hizmetinde mükemmellik için müşterilerimizle konuşurken kullandığımız kelimelere çok dikkat etmeliyiz.

- Cümle kurarken hangi kelimenin üzerine vurgu yapacağınıza dikkat edin
- Asla, düşünme payı sözcüklerini kullanmayın
- Argo sözcüklerden ve moda olan magazin sözcüklerinden kaçınin
- Yanlış yerleşmiş sözcükler kullanmayın ve hece atlamaları yapmayın
- Sesinizin inceliğine ve kalınlığına dikkat edin

11. a. Kullanılmayacak Sözcükler

- Yirmi yedi buçuk / otuz iki beş yüz (fiyat kısaltmak)
- Hı hı
- Süper
- Acayip
- Muazzam
- Çok hoş oldu
- Yok satıyor
- Atıyorum
- Bu fiyata bulamazsınız
- Pahalı
- Ucuz
- İstersiniz
- Maalesef yok
- Hanfendi
- Beyfendi
- Bu renk sizi açtı

- Bayan
- Çok cici oldu
- Korkunç güzel oldu
- Nasıl yani
- Mal
- Yok canım
- Müthiş oldu

12. Kuruma Bağılılık / Takım alışması

- Mağazacılık bir takım çalışmasıdır. Bireysel çalışmayı değil, takım halinde çalışmayı prensip edinmek gerekir. Takım ne kadar güçlüyse başarı da o kadar kolaylaşır.
- Marka ve kurumu en iyi şekilde temsil etmek için yapılması gerekenler:
 - Yanlış bilgi vermemek
 - Firmayı eleştirmemek
 - şirket prensiplerine ve kurallarına uymak
 - Markayı abartmamak
 - Kataloğu iyi bilmek
 - rn konusunda bilgi vermek
 - Satış argümanlarını iyi bilmek
 - Güzel ve anlaşılır konuşmak
 - Dış görünüşe zen göstermek
 - Doğru beden dili kullanmak
 - Güler yzly olmak
 - Canlı ve dinamik olmak
 - Disiplinli olmak
 - Paylaşımcı olmak

- Destekleyici olmak
- Pozitif düşünmek
- Dedikodu yapmamak
- İletişimi iyi sağlamak
- İşe geliş gidiş saatlerine dikkat etmek
- Müşteri memnuniyetine gereken özeni göstermek
- Kişisel gelişime önem vermek
- Müşterilere kurum imajını gözeterek hitap etmek
- Magazin sözcükleri kullanmamak
- Saygı ve sevgi çerçevesinde hareket etmek

12. a. Mağazacılıkta Takım Ruhunun Önemi

Mağazanın bir yönetici tarafından yönetildiğini unutmamak ve yöneticinin direktiflerini titizlikle yerine getirmek gerekir. Mağaza ekibinin her zaman uyumlu ve yardımsever bir tutum içinde olması gerekir. Yeni başlayanlara köstek değil, destek olmak esastır. Dayanışma olduğu sürece mağaza başarılı olacaktır.

Mağaza İçi Çalışma Prensipleri

- Ekip arkadaşlarıyla uyum içinde çalışmak
- Sevgi, saygı çerçevesinde hareket etmek, hoşgörülü olmak
- Gerekliğinde özveride bulunmak
- Profesyonel davranmak
- Takım ruhu ile çalışmak
- Görev tanımı yapmak
- Bilgi paylaşımında bulunmak
- Bilgiyi kendine saklamamak
- Eleştiriye açık olmak

- Pozitif olmak
- Aktif dinleyici olmak
- Şirket kurallarına eksiksiz uymak
- Empati kurabilmek
- Adil davranmak
- Önyargısız olmak
- Ortak sinerji yaratmak
- Etik davranmak, temel değerlere saygılı olmak
- Fikir alışverişinde bulunmak
- “Zincirin bir halkası” olduğunu bilmek

Mağaza İçi Çalışma Prensipleri

- Bilgi paylaşımı yapmak
- Dedikoduya izin vermemek
- Diğer mağazalar ve çalışanları kötülememek
- Zaman yönetimine özen göstermek (sevkiyatları zamanında yapmak vb.)
- İletişim araçlarını doğru kullanmak (e-postaların düzenli okunması ve bunlarla ilgili gerekli raporların merkeze iletilmesi)
- Talep ve bilgi alışverişini yazılı yapmak (kargo gönderi belgesi, ürün transferi)
- Çözüm odaklı olmak
- Takım ruhu içerisinde çalışmak
- “Ben” değil, “biz” diye düşünmek
- Karşılıklı işbirliği ve anlayış içerisinde olmak
- Mağazalar arası ziyaretler yapmak
- Diğer mağazaların adresleri hakkında bilgi sahibi olmak
- Mağazalar arası sosyal faaliyetler düzenlemek

- Diğer mağazalardan gelen değişim ve iadelerde mutlaka müşteriye yardımcı olmak
- Ürün tedarikinde işbirliği yapmak
- Kurumun belirlediği kurallara uymak ve aynı dili konuşmak
- Kurum menfaatlerine göre hareket etmek (kırtasiye masrafları, elektrik harcamaları, gereksiz gönderi)
- Müşteri için acil olan bir ürün olduğunda, transfer süresini kısaltmak için müşteriyi ürünün bulunduğu en yakın mağazaya yönlendirmek
- Ortak hedefe yönelme konusunda tüm ekibi motive etmek

Mağaza ile İletişim Prensipleri

- Merkez ile iletişim içinde olmak
- Raporlamalar için merkezden iletilen standart formatları kullanmak
- Düzenli raporlamalar yapmak
- Düzenli toplantılar yapmak
- Müşteri talep ya da şikâyetlerini Merkez'e zamanında iletmek
- Ürün ile ilgili bilgileri ilgili departmanlar ile paylaşmak
- Düzenli mağaza ziyaretlerinde bulunmak (Merkez için)
- Ürünü doğru yönetmek, ihtiyaç olan bölgeye transferini sağlamak
- Ürün isteklerinde online sistemden yararlanmak
- Rakipler hakkındaki bilgileri ilgili departmanlara anında iletmek
- Her türlü talep ve bilgi alışverişini yazılı yapmak
- Saha ve pazar araştırmalarını paylaşmak
- Bilgilendirme ve istekleri e-posta ile bildirmek
- Fiyat değişim bildirimlerini zamanında yapmak
- Resmi evrakları doğru ve eksiksiz düzenlemek
- Stok yönetimine özen göstermek

13. İletişim Becerileri

Müşterilere satış anında yüzlerce sözlü ve sözsüz mesaj verilir. Bu mesajların olumlu olması için kullanılan sözcüklere, ifade tarzına ve beden diline çok dikkat etmek gerekir. İfadenin profesyonelce olması ve müşteri ile mesafeyi profesyonelce korumak MIZALLE markasını temsil etmenin bir gereğidir.

Sözlü ifade becerilerini geliştirerek, düşünceleri net ve kısa anlatabilecek bir düzeye gelmek, olumsuz etki yapabilecek ifade ve sözcüklerden sakınmayı alışkanlık edinmek, profesyonel dış görünümün ne anlama geldiğini bilmek, mesleki ve kültürel gelişimi sağlamanın gereğini bilmek, müşteri üzerinde olumlu izlenim bırakmayı sağlayacaktır.

13. a. Müşteriler ile İletişim

- Müşterilerin satış uzmanını tezgâhtarlardan ayırması için kullanılan kelimelere çok dikkat etmek gerekir.
- Asla düşünme payı sözcüklerini kullanmamak (ör: eee, ııı)
- Argo sözcüklerden, moda olan mağazin sözcüklerden kaçınmak
- Yanlış yerleşmiş sözcükler kullanmamak (ör:korkunç güzel)
- Yöresel konuşma tarzlarını (lehçeleri) kullanmamak
- Ağzın içinde sözcükleri yuvarlayarak konuşmamak



Mağazalarda Kullanılmaması Gereken Sözcükler

- Ucuz
- Pahallı
- Kız gibi
- Korkunç güzel, korkunç dayanıklı
- Bayan
- Rakip firma ismi / ürün ismi
- Okey
- Acayip
- Muazzam
- Yok satıyor
- Atıyorum
- Bu fiyata bulamazsınız
- Maalesef yok
- Hanfendi
- Beyfendi
- Hıı,hıı
- Cık
- Şahane valla
- Okey
- Baay
- Kanka (hitapta)
- Hayatta paslanmaz
- Sen oldu bil abi!
- Ayıp ettin amca!

13. b. Mağazada Telefon Kullanımı

- Telefonu açma anında kurumun ilkeleri doğrultusunda selamlama sözcükleri, mağaza adı, telefonu açanın adı kullanılır. Kapama anında “iyi günler, iyi akşamlar” denir.
- Telefon 2, en çok 3. çalışta açılmalıdır
- Konuşma süresi çok kısa tutulmalıdır. Uzun sürecek konuşma olacaksa tekrar aramak için izin istenmelidir
- Telefonda konuyu halletmek için net süre belirlemeye çalışıp zaman doğru kullanılmalıdır. Konuşma süresinin kontrolü satış uzmanında olmalıdır, gereksiz uzatmalar ustalıkla engellenmelidir
- Telefonda ses tonunun alçak ve ılımlı olmasına dikkat edilmelidir
- Telefonda asla yüksek ses ile konuşulmamalıdır
- Telefon zili kısıktta tutulmalıdır
- Özel telefonlar gelmesi durumunda zamanın kısıtlı olduğu kibarca vurgulanmalıdır
- Mağazada servis alanında özel cep telefonu kullanılmamalıdır (yöneticiler hariç)
- Telefon konuşması reyonda gerçekleşiyorsa mağazadaki müşterilere sırt dönülmemelidir
- Telefonla müşteri aranacak ise, en önemli prensip konuşma öncesi hazırlık yapılması ve konuşmanın planlı olmasıdır. Görüşme esnasında bu plana göre not alınması gerekir.



Mağazalarımız

Türkiye

Akhisar Novada AVM

Ankara Acity AVM

Ankara Ankamall AVM

Batman Batmanpark AVM

Bolu 14 Burda AVM

Bursa Anatolium AVM

Bursa Marka AVM

Diyarbakır Ceylan Karavil AVM

Düzce Krempark AVM

Erzurum Erzurum MNG AVM

İstanbul Kale AVM

İstanbul Olivium AVM

İstanbul Venezia AVM

İstanbul Metrogarden AVM

İstanbul Zeruj Port AVM

İstanbul Zeruj Mall AVM

Kastamonu Kastamall AVM

Kocaeli Symbol AVM

Konya Novaland AVM

Niğde Cadde Mağaza

Sakarya Cadde54 AVM

Samsun Lovalet AVM

Samsun Çarşamba Delta Park AVM

Yalova Fatih Cadde

Yurt Dışı

Azerbaycan Bakü

MIZALLE





/mizalle



/mizalle



/MizalleTr

MIZALLE



www.mizalle.com



MIZALLE
LUXURY

www.mizalle.com