

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	19
SUNUŞ.....	21
OKYAR GÖKPINAR VE KÂR KÖPRÜSÜ.....	23

### SEKTÖRÜ TANIMAK

### DİSTRİBÜTÖR VE ÜRETİCİLER İÇİN

GENEL ÖNERİLER.....	25
Hızlı Tüketim Ürünlerine Genel Bakış.....	27
Hızlı Tüketim Ürünleri Sektörü ile İlgili Kısa Kısa Bilgiler.....	29
Pazarlamanın İmkânsız Üçlüsü.....	30
Müşteri Verisi.....	33
Distribütör Olmak.....	34
Distribütörler için Kısa Kısa Öneriler.....	37
Distribütör Kârlılığını Arttırmak.....	39
“Dağıtım Ağınızı” Markalaştırmak.....	42
Dağıtım Maliyetlerini Düşürerek Kârlılığı Arttırmak.....	44
Meşhur 80’ 20 Kuralı ve Hızlı Tüketim Ürünleri.....	47
Hacim Oyunları.....	49
Distribütör - Satış Hacmi İlişkisi.....	51
Neden Bir Distribütörle Çalışmalısınız?.....	53
Ticaret Yapısı İçerisinde Aracı Toptancılar ve Müşteri Dataları.....	56
Müşteri Evreni ve Gezici Ekip.....	59



Yeni Ürün Başarısı İçin.....	61
Neden Her Noktaya Dağıtım Yapmalıyız?.....	62
Piyasaya İlk Giriş ve En Önemli Strateji.....	65
Para Üstü.....	67
Sürünge Beyin ve Numune Dağıtımı.....	69
Ürün Tanıtımda Öncelikler.....	71
Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Markanız Yoksa.....	72
Stok Tutma Birimi (STB) ve Kanal Kârlılığı.....	75
Call Center – Çağrı Merkezi Kurmak.....	78
Müşterilerinizin Dağıtım Ağınıza Ulaşabilmesi.....	80
Tanzim - Teşhir ve Stok, Takip, Denetim Departmanı.....	83
Kısa Kısa.....	85

## **SATIŞ YÖNETİMİ ÖNERİLERİ .....87**

Satış ve Dağıtım Modeli Oluşturmak.....	89
Kum Saati Teorisi.....	92
Raf Fiyat Etiketinin Önemi.....	95
Kurumsal Müşterilerle Çalışmak.....	97
Satış Hedeflerini Belirleme.....	99
Profesyonel Satın Almacıları Anlamak.....	102
Bakkal ve Marketlerde Kasa Önlerinin Kullanımı.....	105
Batık Alacaklar ve Çalışanın Sorumluluğu.....	106
Bağımsız Dağıtıcıları İş Ortağı Hâline Getirmek.....	109
Çalışmayan Müşterilerle Aracı Toptancınız Arasında Bağ Kurmak.....	111
İadelerin İncelenmesi.....	113
Ürün İadeleri ve Ücretsiz Ürün Tanıtımı.....	115
Çoklu Paketler (Multi-Pack).....	117
Teslim Alınmadan İade Edilen Ürünlerin Maliyeti.....	119
İskonto Mantığınız ve Bedelsiz Ürünler.....	121
İskonto, Vade Talepleri ve Size Bağlı Ekip Üyelerinin Piyasa İtibarı.....	122
Dayanaksız İskontolar.....	124
Fiyat Arttırma.....	127



Fiyatlarınız Ucuz mu?.....	129
Fiyatlama Taktikleri .....	131
İskonto Ne Zaman Yapılır? .....	133
İskonto Talebini Reddetmek.....	135
Satışla İlgili Beş Temel Yanlış.....	139
Arka Kapı (Spot) Satışları .....	141
Çalışmak İstemeyen Müşteriler .....	143
Çalışılmayan Müşteriler.....	145
Yeni Müşterilerle Çalışma .....	147
Kapanan Müşteriler.....	149
Rakibiniz Kim? .....	151
Nihai Satış Noktalarını Yönetici Gözü ile İncelemek.....	154
Stant Kullanımı.....	156
Üstün Lokasyon Nedir?.....	159
Günlük Stok Sayma Kültürü.....	161
Kâr Arttırıcı Kısa Tavsiyeler .....	163
Müşteri Tahsilatları ve Siparişleri ile İlgili	
Temel Kurallar.....	165
Müşteri Şikâyetleri .....	167
Müşterilerinize Ciro Hedefi Vermek.....	171
Tavsiye Edilen Satış Performans Gösterge Raporları.....	173
Satış Temsilcilerinin Veri Erişimi .....	175
Aracı Toptancılarınızın Danışmanı Olmak ve	
Bir Çalışanınızı Orada Bulundurmak .....	177
Stok Yönetiminin En Basit İlkesi.....	179
Satış Alanlarının Kullanılması ve Promosyonlar .....	181

## **TEKNOLOJİNİN KULLANIMI**

### **İLE İLGİLİ ÖNERİLER .....**

Müşteri Bölümleri.....	185
Elektronik Ticaret Siteleri.....	187
Müşteride Büyümek ve Cari Hesaplar .....	189
Yöneticilerin Satış Temsilcilerini Anlık Takibi .....	191
Fiyat Listesi ile İskontoların Kontrolü ve Raporlanması.....	193



Aktivite Portalı Oluşturmak .....	195
Çağrı Merkezi Promosyon Mekanizmasının Kullanılması.....	197
Kanalda Promosyon ve İskonto Duyurusu.....	199
Teknoloji Üzerinden Promosyon, SMS ve Whatsapp.....	201
Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Yapay Zekâ.....	202
Yapay Zekâ ve Kârlılığı Yüksek Ürünler .....	205
Promosyonlarda Yapay Zekâ Kullanımı .....	207
Marketlerinize Promosyon Kuponu Dağıtmak.....	208
Sıcak Satış – Soğuk Satış / Satılmayan Ürünler .....	211
Sıcak Satış Araçları Otomatik Yükleme .....	213
Ziyaret Güzergâhı Oluşturma .....	214
Satış Fatura Sayısı Denetimi .....	217
Kârlılığı Arttırmak için Basit Bir Takip Mekanizması .....	219

## **İNSAN DEĞERLERİ İLE İLGİLİ ÖNERİLER .....** 221

İnsan Değerleri Departmanına Öneriler.....	223
İnsan Değerleri Yönetimi ile İlgili Küçük Öneriler .....	227
Mesleki ve Ahlaki Kurallar Kitapçığı .....	231
Görev Tanımı.....	233
Ayrılmak İsteyen ve Ekibinize Yeni Katılan Kişilerle İlgili Görüşlerimiz.....	234
Şirketinizde 1 Gün Geçirince İşe Kabul ve Çalışan Seçimi ile İlgili Fikirler .....	237
Hangi Çalışanlarla Yolunuzu Ayırmalısınız? .....	241
Sosyal Medya Manipülasyonları.....	242
Maaş Politikanız ve Primlerin Gizliliği .....	244
Rakip Hakkında Konuşmak.....	247
Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Kadınların Çalıştırılması.....	249
Ekibinizin Saha Deneyiminden Yararlanmak .....	251
Başarıları Kutlamak.....	253
Satış Elemanının Davranış İlkeleri .....	255
Kâr Köprüsü Kurmak .....	256
Sürekli Eğitim Vermek.....	259



Birebir Saha Eğitimi.....	262
Ekip Toplantıları.....	265
Satış Yöneticisi Eğitimi: Rapor Okuma .....	267
Her Satış Elemanının Bilmesi Gereken	
Üç Küçük Konu.....	269
Mantıklı Stres Yaratma.....	270
Baskılı Kıyafetler.....	273
Satış Temsilcilerinin Şirkete Karşı Güveni.....	275
Satış Elemanları ve Noktaların İlişkisi .....	276
Satış Elemanının İkinci Büyük Korkusu .....	279
Performans Değerlendirme.....	280
Prim Sisteminin Olmazsa Olmazları .....	283
Satış Elemanları Hariç Primlendirme .....	285
Şirket İçi Yarışmalar .....	287
Rotasyon, Ayrıcalıklar ve Yeni Terfi Eden Eğitimi.....	289
Perakendeci Olmak – Distribütörler için .....	291
Tanzim – Teşhir Ekibi.....	293
<b>SONUÇ .....</b>	<b>295</b>

