



Satışta Mizah

R. ŞAFAK KEKLİK



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Hiçbir şey mizahtan
daha hızlı ilişki
kuramaz.

Potansiyel müşteriye
güldürebilirseniz,
ona satabilirsiniz.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Bir çok gerçek
mizahla ortaya
çıkıyor.
Tanıtımın başında
mizah kullanın.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi... Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Başkalarını gülünç duruma sokacak şakalar yapmayın. Fıkranın kurbanı ve örneği olarak kendinizi kullanın.

Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli en önemli iletişim güçlerinden biridir.



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Bazıları fıkraları
kavrayamaz.
Kendiniz bir etnik
gruptan olmadıkça
etnik mizah
kullanmayın.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Bir fıkra anlatmadan
önce dinleyin. Yanlış
mizah sizi yere
serer.
Fıkra tipi mizahtan
çok kişisel
tecrübelerinizi
kullanın.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Daha önce
duyulmuş olabilecek
bir fıkra anlatmayın.
Zamanlama.
Zamanlama.
Zamanlama.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Bir espri dosyası
tutun.
İnsanların mizah
eğilimi vardır.
O eğilim hangi
tarafa kayıyor onu
yakalayın.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**



"Bu firmanın problemi, hiçbir çalışanın herhangi bir konu ile ilgili sorumluluk kabul etmemesi...
Ama sakın bunu kimseye söyleme!"

Kabalık sınırındaki
espriler riskli olabilir.
Soruları mizahla
fırsata dönüştürün.

**Mizah, satış sürecine hakim olmak için gerekli
en önemli iletişim güçlerinden biridir.**

İnatçı	1	2	3	4	5
Hazırlıklı	1	2	3	4	5
En İyi	1	2	3	4	5
Yaratıcılığıyla Farklı	1	2	3	4	5
Neşeli	1	2	3	4	5
Doğru Sözlü	1	2	3	4	5
Gerçek	1	2	3	4	5
İlgi Çekici	1	2	3	4	5
Hızlı ve Asıl Konudan Bahseden	1	2	3	4	5
Becerikli	1	2	3	4	5
Bilgili	1	2	3	4	5
Cesur	1	2	3	4	5
Hatırda Kalır	1	2	3	4	5
Uzun Süreli	1	2	3	4	5
Evet Elde Etme Becerisine Sahip	1	2	3	4	5



70-75= Vay
60-69= Mükemmel
durumda
50-59= Şöyle böyle
15-49= İşe yaramaz

İşte vay... dedirten satıcıyı özetleyen özellikler



Kartvizitlerinize
yatırım yapın.
Zamana uyun.
Kartvizitinizi ona
göre dizayn edin.
Elden, hızlı, erken
teslim edin.

**Bir görüşmeden ya da bir grup etkinliğinden
ayrılırken, sizin orada olduğunuzu hatırlayan
olacak mı?**



Geç saatlerde teslim
edin.

Söz verdiğinizden
fazlasını yapın.
Anlamlı şeyler
içeren hediye sepeti
gönderin.

**Bir görüşmeden ya da bir grup etkinliğinden
ayrılırken, sizin orada olduğunuzu hatırlayan
olacak mı?**



Kişinin ilgi alanları ile ilgili bir şey fakslayın. Sizi tanıma fırsatı bulduğum ve satın aldığınız için memnuniyetimi bildirdiğim anlamına gelen bir şey yapın.

Bir görüşmeden ya da bir grup etkinliğinden ayrılırken, sizin orada olduğunuzu hatırlayan olacak mı?