

SUNU

hayatının her alanında oldu u gibi satı alanında da yeni yakla ımlara olan ihtiyaç artıyor. Satı bir ikna sanatı olarak, de i me açık ve yenilenen yapısıyla irketlerin ba arısını etkilemeye devam ediyor. Liderler, de i en piyasalarda satı taktiklerini yeniden ekillendiriyorlar. Yeni mü terilere inovatif yollarla ula ıyorlar. Üretkenliklerini satı elemanlarının beceri ve kaynaklarını en verimli eilde kullanmalarına yardımcı olarak artırıyorlar. Bu ça da liderlerin ortak özelli i, hepsi satı gücünün etkinli ine bilimsel olarak yakla ıyorlar.

Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler dizimizin bu yeni kitabında on bir yazarın kaleminden çıkan, çe itli satı deneyimleriyle bezeli sekiz makale yer alıyor. Makaleler; mü terilerle ileti im ve duyguda lık kurabilme, mü terilerin profillerini belirleme, ileti imi kuvvetlendirme ve temsilciye güven duygusunu kazandırma yöntemlerini aktarıyor.

Kitabımızın yazarları sorulara bilimsel ara tırmalara dayalı yanıtlar arıyor: Satı yöneticileri ellerindeki mevcut satı gücünden en iyi eilde nasıl yararlanabilirler? yi satı ıların ortak özellikleri nelerdir? Satı ı nasıl yeti tirilir? irketler özel taktikler gerektiren büyük satı larla nasıl ba a çıkabilirler? Satı ı kolayla tırmak ve uzun vadeli mü teri ili kilerini garantilemek için ne gibi sistematik yakla ımlar geli tirebilirler? Satı maliyetleri en etkin nasıl yönetilebilir? Bir alıcı ne zaman gerçekten alıcı de ildir? Büyük irketlerde gerçek satın alma kararlarını kimlerin verdi i nasıl belirlenebilir? Satın alma ve satmada güçlü bir biçimde rol oynayan psikolojik ve duygusal faktörler nelerdir? Potansiyel alıcıların profilleri nasıl çıkarılabilir?

Bu eseri yayıma hazırlayan de erli dostumuz Zülfü D CLEL 'ye her zamanki özeni ve lker GÜLF DAN'a çevirisindeki ba arısı ve ustalı ı nedeniyle ükranlarımızı sunuyoruz.

Tüm okurlara keyifli bir okuma süreci dileriz.

Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası
MESS