

# Kaliteli Yaşamda Alış Veriş Adabı

– S. COŞKUNER · 26 Ağustos 2014

## KALİTELİ YAŞAMDA ALIŞ-VERİŞ ADABI

Ekonomi ve işletme biliminin temelleri, alış – verişe dayanır. Bilimsel adıyla arz ve talebin avamdaki karşılığı alış – veriştir. İnsanlar hayatlarını idame ettirebilmek için, mal veya hizmet üreterek, bunları satıp para kazanırlar. Aynı zamanda da, kazandıkları paranın bir kısmı ile alış – veriş yaparak harcarlar. Birilerinin harcaması, diğerlerinin geliri olurken, birilerinin geliri de diğerlerinin harcaması olur. İşte bu ekonomik ve işletmecilik döngüsünün özünü alış – veriş oluşturur.

Alış – veriş eyleminden uzaklaşarak veya kaçarak yaşamın imkanı yoktur. Bebeklerin dahi mama, biberon, zıbın, emmoş gibi ihtiyaçları dahi, anneler tarafından yapılmak zorundadır.

Satın alma, herkes için her an olmayan bir eylem olmasına rağmen, satıcılar için satma eylemi bir günün yarından fazlasını işgal edebilir. Satılan mal ve hizmetin çeşidi ise, kişilerin sürekli değişen ve gelişen talep ve ihtiyaçlarına göre değişiklikler gösterir.

Teknolojideki baş döndürücü gelişmeler, artık aldığımız ürünleri iyice eskিয়েnceye kadar kullanmamıza fırsat tanımamaktadır. AR-GE'ciler, insanlık için sürekli araştırma ve geliştirme faaliyetlerini sürdürmektedirler. Aşırı tasarrufçular veya gelenekselciler, satın aldıkları bir ürünün iyice eskimesini bekledikleri taktirde, teknoloji tiryakisi rakipler karşısında kolayca tuş olabilmektedirler. Çöplerden kullanılabilir eşyaları toplayarak yeniden ekonomiye kazandıran hatırı sayılır bir sektörün ortaya çıkma sebebi, büyük ölçüde budur.

Günlük yaşantımızı büyük ölçüde işgal eden alış – verişin çok önemli kural veya adaplarının olması kaçınılmazdır.

Durumu iki yönüyle de ele almaya çalışalım.

### 1. Satıcılar Açısından Alış – Veriş Adabı:

“Müşteri veli nimettir” sözünü duymayanımız yoktur sanırım. Ben üniversitemdeki fakülte öğrencilerime yıllarca “müşterinin padişah olduğunu” anlattım. Kimsenin parasını cebinden zorla alamazsınız. Sattığınız ürün veya hizmet, yüksek kaliteli olacak. Yetmez, kişinin o andaki sorununu istediği şartlarda çözme yeteneğine sahip olacak. Yetmez, zaman, mekan, montaj, taşıma, servis, değiştirme, düzeltme, satış sonrası hizmet beklentilerine cevap verilecek. Yetmez, her aşamada doğruluk, dürüstlük, sevgi saygı, pozitif iletişim ve pozitif beden dili sunulacak. Yetmez, güler yüz, tatlı dil, tebessüm, iyi niyet, sabır, hoşgörü, affetme, muhataba değer verme, onure etme gibi güzelliklerle süslenmiş bir davranış modeli sergilenecek.

Müşterinin konu hakkındaki yetersizliği veya bilgisizliği, lehte kullanılacak bir fırsat olarak görülmeyecek. (Müşteri belki bizi sınıyor olabilir).

“Kardeşim senin sattığın ürün şurada daha ucuz” diyen müşteriye; “Sen bana o fiyattan getir on düzine alacağım”, “senin yeni fiyatlardan, hammadde malzemeye gelen zamlardan hiç haberin yok, uzayda mı yaşıyorsun? Şeklindeki aşağılayıcı, suçlayıcı, rencide edici, değersizleştirici vb. yaklaşımlar, satıcının kendi ipini çektiğinin garantisidir. Unutmayalım padişaha kafa tutulmaz, had bildirilmez, suçlanmaz,

bilgiçlik taslanmaz... Yoksa kelle gider. (Kellenin gitmesi iflastır).

Satıcılar, hiçbir mazeret beyan etmeden alıcıların taleplerine, beklentilerine, hatta onların aklında dahi olmayan güzelliklerin sunulmasına özen göstermelidirler. Burada satış işleminin gerçekleşmesinden daha çok, müşterinin iletişimden memnun olması önemlidir. Her müşteri ilk gelişte satın almayı gerçekleştirmeyebilir. Bazı müşteriler, uzunca bir süreyi bilgi toplama süreci olarak kullanabilirler. Mağaza mağaza gezmeyi sevenler dahi vardır. Satışın gerçekleşmemesi veya daha sonraya kalması halinde satıcının diliyle veya beden diliyle negatif bir atmosfere bürünmesi, idam fermanının müşteri tarafından imzalanması anlamına gelir.

Hele hele “madem almayacaktın, bana bu kadar zahmeti niye verdin? Anlamı taşıyan bir davranış modeli sergilemek, en cahil bir esnafın dahi baş vurmayaacağı bir eylem şekli olmalıdır.

Satıcının birinci öncelikli amacı, hemen satmak olmamalıdır. Müşteriyi her yönüyle memnun ederek, çok önemli bir dost ve arkadaş kazanmak olmalıdır. Böyle olursa satış, daha sonra arkadan katmerlenerek gelecektir.

Müşteriye birtakım katakullelerle malın satılması, asla başarı olarak görülmemelidir. Eninde sonunda cahil zannettiğimiz müşteri gerçeği öğrenecek ve satıcının idam sahpasını kurmaya başlayacaktır. (Sürekli olarak kendisini kandıran satıcıyı çevresine kötüleyecektir veya hukuki mercilerde hak aramaya gidecektir).

Bazı satıcıların müşteri mağazaya girdiği zamanki beden dilleri; “yahu ne güzel dinleniyordum, sen de nereden çıktın şimdi? Der gibidir. Çoğu da böyle bir beden dilini sergilediğinin farkında dahi değildir ne yazık ki...

Mağazaya giren müşterinin cinsi, rengi, tabiiyeti, giyimi, kuşamı, konuşması, makamı, mevki, siyasi görüşü, dini inancı, zenginliği, fakirliği vb. farklı özellikleri; satıcıyı asla bukalamuna çevirmemelidir. Fakir görünümlü birisi asla horlanmamalıdır. Her zengin görünümlü de çantada keklik sayılmamalıdır.

En önemli görev olan güleryüz, tatlı dil, tebessüm, değer verme, pozitif iletişim ve beden dili, ikram, misafirperverlik vb. güzel ve yüksek kaliteli davranışlar; satışın gerçekleşip – gerçekleşmemesine göre kaypaklık yapmamalıdır.

## 2. Alıcılar Açısından Alış – Veriş Adabı:

Satın alanların ceplerinde para oldukları için kendilerine daha fazla ehemmiyet gösterilmesi ve önemsenmeleri gerektiği gibi bir yaklaşım, asla doğru değildir. Müşterilerin de, işyeri sahipleri ve çalışanlarına selam, sevgi, saygı, tebessüm, tatlı dil, hoşgörü, naiflik ve nezaket göstermeleri kaliteli bir insanın davranış modeli olmalıdır.

Para her şey demek değildir. Satıcılar, mal ve hizmetleri kamuoyuna, ulaşılabilir nezih bir mekanda sunmakla çok önemli bir misyonu yerine getiriyorlar. Sermaye, işgücü, mekan ve zaman koyuyorlar, vergi veriyorlar, istihdam yaratıyorlar...

“Para cebimde ister alırım ister almam”, “senden başka mağazamı yok”, “tek satıcı sen misn?”, “ben müşteriyim her istediğimi gerçekleştireceksin” gibi “çiğ” yaklaşımlar, kaliteli müşterilerin işi olamaz. Müşterinin cebindeki para veya güya satın alma üstünlüğü, onu asla ve asla, gurura, kibire, hırsa, ses yükseltmeye, üstünlük taslamaya, aşağılamaya, küçük düşürmeye, hele hele kavga ve tartışmalara götürmemelidir.

Fabrikadan, üretimden, nakliyeden, acemilikten, mağaza dışından kaynaklanan birtakım beklenmeyen aksiliklerin ortaya çıkması durumunda; müşteri birden bire yırtıcı kartal kesilmemeli, bağırıp çağırarak sorunu amip gibi çoğaltmamalı, işin aslını anlamadan mal bulmuş mağribi gibi, soluğu hemen hakem heyetinde almamalıdır. Özellikle kasıt olmadan meydana gelen problemlerde, “soruna değil, çözüme odaklanılmalıdır”. Hırsla, heyecana, işgüzarlığa başvurarak, bireysel ve toplumsal huzur ve barış bedavaya harcanmamalıdır...

Alış – veriş adabının da, düşük kalitelisi ve yüksek kalitelisi vardır. Yüksek kaliteli insanlar, her safhada olduğu gibi, alış – veriş adabında da, yüksek kaliteli davranış modelleri geliştirmeli ve uygulamalıdır.

Selam, sevgi ve dualarımla... Allah'a emanet olunuz...

13 ağustos 2014 saat: 15.00 Çarşamba. ANTALYA

Yrd.Doç.Dr. Süleyman COŞKUNER