EĞİTİM SERİSİ

GES'te Fırsatı Satışa Dönüştür: Tekliften Müşteri Kararına Giden Yol



STRATEJİ

Satış Sürecinin Haritası

- Müşteriyi Tanı
- İhtiyacı Anla
- Doğru Soruları Sor
- Çözümü Sun
- Teklifi Anlat
- Değeri Göster
- İtirazları Yönet
- Kararı Kolaylaştır
- Satışı Kapat

“Satış, teklif gönderildiği anda değil; müşterinin ihtiyacı doğru anlaşıldığı anda başlar.”

ADIM 01

Müşteriyi Tanımak

- Müşteri profili
- Tesisin kullanım amacı
- Elektrik tüketim alışkanlığı
- Mevcut elektrik giderleri
- Çatı / arazi durumu
- GES'ten beklentisi
- Yatırım amacı
- Önceliği: tasarruf, yatırım, enerji bağımsızlığı vb.
- Karar verme süreci

> “Her müşteriye aynı GES teklifini aynı şekilde anlatmak doğru değildir.”

DİALOG

Doğru Soruyu Sor, Doğru İhtiyacı Bul

“Mevcut elektrik faturanız aylık ortalama ne kadar?”

“Elektrik tüketiminiz yıl içinde değişiyor mu?”

“GES'ten temel beklentiniz nedir?”

“Yatırım yaparken sizin için en önemli kriter nedir?”

“İyi satışçı en çok konuşan değil, doğru soruları sorup müşteriyi dinleyendir.”

METODOLOJİ

Teklifi Müşteriye Nasıl Anlatmalıyız?

01 Mevcut durum

02 Müşterinin problemi

03 Önerilen GES çözümü

04 Sistem kapasitesi

05 Yıllık üretim

06 Tüketimi karşılama oranı

“Teklifi ürün olarak değil, müşterinin problemine çözüm olarak anlat.”



İLETİŞİM

Teknik Dilden Müşteri Diline

TEKNİK DİL	MÜŞTERİ DİLİ
“5,12 kWp kurulu güç”	“Tüketiminizin önemli kısmını güneşten karşılayın.”
“8 adet 640 W panel”	“Yıllık yaklaşık X kWh elektrik üretebilirsiniz.”
“5 kW inverter”	“Elektrik giderinizde X TL tasarruf sağlayın.”
“Yıllık X kWh üretim”	“Yatırımın geri dönüşü X yıldır.”

“Özelliği değil, faydayı anlat.”

DEĞER ÖNERİSİ

Müşteriye Değeri Göster

ENERJİ TASARRUFU

DOĞRUDAN VERIMLILIK

DÜŞÜK GİDER

AYLIK MALIYET AVANTAJI

EKONOMİK FAYDA

UZUN VADELI KAZANÇ

ÖNGÖRÜLEBİLİRLİK

ENERJI GÜVENLIĞI

GÜVEN

Satışta Güven Oluşturma

- Şeffaf Bilgi
- Gerçekçi Tahmin
- Açık Fiyatlandırma
- Teknik Yeterlilik
- Satış Sonrası Destek

“Güven vermeden satış yapmak, GES projelerinde zordur.”

ENGELLER

Müşteri İtirazları

“Yatırım maliyeti çok yüksek.”	“Elektrik fiyatları düşerse?”
“Geri ödeme süresi uzun.”	“Çatıma panel sığar mı?”
“Şimdilik düşünmüyorum.”	“GES tasarruf sağlar mı?”

> İtirazlar engel değil, müşterinin karar vermek için daha fazla bilgiye ihtiyaç duyduğunu gösteren fırsatlardır.

TEKNİK

İtirazlara Doğru Yaklaşım

DİNLE → ANLA → SORU SOR → İHTİYACI BELİRLE → VERİYLE CEVAPLA → ÇÖZÜM SUN

Örnek: "Yatırım maliyeti çok yüksek."

“Yatırım bedelinin yüksek olduğunu düşünmenizin nedeni toplam maliyet mi, yoksa geri ödeme süresi mi?”

“Müşterinin itirazını hemen reddetmek yerine, nedenini anlamaya çalış.”

REKABET

Rakiplerle Karşılaştırma

- Panel ve İnverter kalitesi
- Sistem tasarımı ve Üretim tahmini
- Proje deneyimi ve Garanti
- Kurulum kalitesi
- Satış sonrası hizmet ve Teknik destek
- Toplam yatırım değeri

“En ucuz teklif her zaman en avantajlı teklif değildir.”

ALTIN KURAL

Fiyat Değil, Değer Sat

YANLIŞ YAKLAŞIM

“Bizim teklifimiz 500.000 TL.”

DOĞRU YAKLAŞIM

Yatırımın getireceği yıllık üretim, tasarruf ve ekonomik faydayı anlat.

“Fiyat müşterinin ödediği miktardır.
Değer ise karşılığında elde ettiği faydadır.”

KONTROL LİSTESİ

Müşterinin Kararını Kolaylaştır

- Kapasite & Üretim
- Yıllık Tasarruf
- Yatırım & Geri Ödeme
- Garanti Bilgileri
- Kurulum Süreci
- Satış Sonrası Destek

Teklif karmaşık bilgiler yerine net ve anlaşılır olmalıdır.

KAPANIŞ

Satışı Kapatma

- “Bu sistem sizin beklentinizi karşılıyor mu?”
- “Teklifimizde değiştirmek istediğiniz bir nokta var mı?”
- “Projeyi hangi tarihte başlatmayı düşünüyorsunuz?”
- “Bir sonraki adım olarak keşif sürecine geçelim mi?”

“Satış kapatmak müşteriyi zorlamak değil, karar vermesine yardımcı olmaktır.”

SENARYO

Örnek Satış Görüşmesi

Müşteri: “Elektrik faturam yüksek ama GES yatırım maliyetinden emin değilim.”

Satış Danışmanı: Tüketimi analiz eder, tasarrufu ve geri ödeme süresini net verilerle gösterir. Çekinceleri dinleyip bir sonraki adımı önerir.

Mevcut Gideri Göster	Yıllık Tasarrufu Açıkla	Güven İnşa Et

UYARILAR

Satışta Yapılmaması Gerekenler

'L Teknik terimlere bo öÖ °

'L Mü ÷FW iyi dinlememek

× Rakipleri kötülemek

× Süreci eksik anlatmak

'L Sadece fiyat konu öÖ °

× Hayali vaatler vermek

'L F— azlar •g mezden gelmek

× Yetersiz bilgi vermek

Bu hatalar müşterinin güvenini ve satışı kaybettirir.

ÖZET

GES Satışının Formülü

Doğru Müşteri + İhtiyaç Analizi + Doğru Teklif

+

Doğru Anlatım + Güven + İtiraz Yönetimi =

BAŞARILI GES SATIŞI

“Teklif hazırlamak işi başlatır. Doğru anlatmak satışı getirir. Güven ise müşteriyi karara götürür.”

SÜREÇ YÖNETİMİ

Satış Hunisi Stratejisi

FARKINDALIK

Potansiyel müşterilerin GES çözümleriyle ilk teması ve ilgi uyandırma.

DEĞERLENDIRME

Saha keşfi, teknik fizibilite ve ihtiyaç analizi süreçleri.

TEKLIFLENDIRME

ROI analizi, finansal modelleme ve özelleştirilmiş çözüm sunumu.

KAPANIŞ

Sözleşme yönetimi, yasal onaylar ve projenin uygulama aşamasına geçişi.

SATIŞ EĞİTİMİ

33. Satışta Yapılmaması Gerekenler

01 Teknik Detaya Boğulmak

Müşteriyi karmaşık verilerle yormayın, faydaya ve yatırımın geri dönüşüne odaklanın.

02 Dinlemeden Anlatmak

İhtiyacı anlamadan çözüm sunmak, güven kaybına ve teklifin reddedilmesine yol açar.

03 Fiyat Odaklı Kalmak

Sadece en ucuz fiyatı sunmayın; kalite ve servis avantajlarını ön plana çıkarın.

SATIŞ ANALİZİ

Başarılı vs. Başarısız Satış

BAŞARILI: ANALIZ

Doğru verilerle hazırlanan ihtiyaç analizi, müşterinin yatırım kararını hızlandırır ve güven bağını güçlendirir.

BAŞARISIZ: TAKIP

Teklif sonrası iletişimi kesmek ve soruları yanıtsız bırakmak, potansiyel satışı rakiplere kaptırmanıza neden olur.

BAŞARILI: DIL

Karmaşık teknik detayları basit ve anlaşılır bir dille sunmak, karar vericiyi sistemin faydasına ikna eder.

BAŞARISIZ: SUNUM

Sektörel terimlere boğulmuş, finansal geri dönüşü belirsiz sunumlar müşterinin süreçten hızla uzaklaşmasına yol açar.

SATIŞ TEKNİKLERİ

Beden Dili ve Etkili İletişim

Göz Teması

Müşteriyle kurulan doğrudan göz teması, güven inşa eder ve anlatılan konuya olan hakimiyetinizi gösterir.

Açık Postür

Kolların ve ellerin açık tutulması, iletişime açık, dürüst ve şeffaf bir yaklaşım sergilediğinizi simgeler.

Ses Yönetimi

Doğru vurgu, tonlama ve stratejik duraklamalar, GES projesinin teknik avantajlarını daha ikna edici kılar.

Aktif Dinleme

Hafifçe öne eğilmek ve baş sallamak, müşterinin ihtiyaçlarını önemsediğinizi gösteren en güçlü sinyaldir.

SATIŞ STRATEJİSİ

Fiyat mı, Değer mi?

Düşük Fiyat Yanılgısı

İlk yatırımda yapılan küçük tasarruflar, 25 yıllık işletme ömründe büyük verim kayıplarına yol açar.

Toplam Sahip Olma Maliyeti

Bakım, onarım ve duruş süreleri hesaba katıldığında, kaliteli sistem her zaman daha ekonomiktir.

Kalite ve Güven

Sertifikalı ekipman ve doğru mühendislik, üretimin kesintisiz devam etmesinin tek garantisidir.

Stratejik Yatırım

GES bir harcama değil, şirketin enerji bağımsızlığını ve rekabet gücünü artıran bir değerdir.

UYGULAMA

30. Satış Görüşmesi Senaryosu

01 Giriş ve Güven Oluşturma

Müşterinin enerji maliyetleri üzerine empati kurarak görüşmeyi samimi bir güven bağıyla başlatın.

02 Teknik ve Finansal Analiz

Çatı alanı, yıllık tüketim ve amortisman süresi verilerini net ve şeffaf şekilde paylaşın.

03 Kapanış ve Randevu

SATIŞ STRATEJİSİ

25. Teklif Göndermek Satış Değildir

Bir teklif hazırlayıp göndermek, sürecin sadece teknik başlangıcıdır. Gerçek satış; müşterinin ihtiyacına dokunduğunuzda, itirazları yönettiğinizde ve çözümün değerini hissettirdiğinizde gerçekleşir.

Sadece dosya gönderen bir "postacı" değil, çözüm sunan bir "danışman" olun. Takip edilmeyen her teklif, kaybedilmiş bir fırsattır.

SATIŞ YÖNETİMİ

27. Teklif Sonrası Takip Süreci

24 Saat Kuralı

Teklifin ulaştığını teyit edin ve ilk izlenimi alın.

3. Gün Araması

Teknik detaylar ve finansal modelleme sorularını yanıtlayın.

7. Gün Değerlendirmesi

Karar sürecindeki engelleri belirleyin ve çözüm sunun.

14. Gün Kapanışı

Referans projeleri paylaşarak güveni pekiştirin ve satışı bitirin.

NOT: TAKIP EDILMEYEN TEKLIF, KAYBEDILMIŞ BIR SATIŞTIR.

UYGULAMA

Mini Satış Testi: Sıra Sende!

Maliyet İtirazı

"Geri dönüş süresi çok uzun" diyen müşteriye tasarruf odaklı nasıl yaklaşırsınız?

Güven Sorunu

"Kurulumdan sonra size ulaşabilir miyim?" diyen müşteriye servis garantisini nasıl anlatırsınız?

Rakip Farkı

"Daha ucuz teklif aldım" diyen müşteriye kalite ve verimlilik farkını nasıl kanıtlarsınız?

Karar Anı

Teknik detaylar tamam ama müşteri kararsız. Satışı bitirecek o kritik "kapatma" sorunuz nedir?

İLETİŞİM STRATEJİSİ

WhatsApp'tan Teklif Gönderme

Hız ve erişilebilirlik satışın anahtarıdır. Tekliflerinizi PDF formatında paylaşarak müşterinizin her an ulaşabileceği bir kaynak oluşturun. Anlık geri bildirim avantajı ile süreci hızlandırın ve rakiplerinizin önüne geçin.

> "Sayın Müşterimiz, analizlerimize göre hazırladığımız özel GES teklifiniz ektedir. İnceleyip sorularınızı buradan iletebilirsiniz."



HEDEF KİTLE

19. Müşteri Profilleri

Sanayi Tesisleri

Yüksek enerji ihtiyacı olan, yatırımın geri dönüş süresine (ROI) odaklanan büyük fabrikalar.

Ticari İşletmeler

AVM, otel ve hastane gibi prestij, karbon ayak izi ve sürdürülebilirlik odaklı yapılar.

Tarımsal İşletmeler

Sulama maliyetlerini düşürmek isteyen ve enerji bağımsızlığı hedefleyen çiftlikler.

Konut ve Siteler

Artan elektrik faturalarını minimize etmek isteyen hane halkı ve site yönetimleri.

* Her profilin öncelikli motivasyonu ve teknik ihtiyaç analizi farklılık göstermektedir.

BÖLÜM 21

İlk 30 Saniye: Güvenin İnşası

Müşteriyle göz göze geldiğiniz ilk an, teknik detaylardan daha önemlidir. Profesyonel bir duruş, samimi bir gülümseme ve enerjik bir selamlama, GES projesinin karmaşıklığını aşacak olan güven köprüsünü kurar.



35. SON KARE

GES Satış Formülünün Uygulanması

Stratejik Müşteri Seçimi

Enerji tüketimi yüksek ve çatısı kuruluma uygun doğru müşteri profillerini belirleyin.

Kusursuz Analiz

İhtiyaç analizi ve tasarruf projeksiyonlarını gerçek saha verileriyle destekleyerek sunun.

Güven İnşası

Referanslar ve teknik uzmanlığınızı kullanarak müşterinin karar sürecini hızlandırın.

Çözüm Odaklılık

Müşteri itirazlarını doğru yöneterek süreci karşılıklı kazanca dayalı bir satışla kapatın.

MÜŞTERİ BAKIŞ AÇISI

Ürün Değil, Fayda Satın Alınır

Müşteri teknik bir donanım olan güneş panelini değil; o panelin sağladığı 25 yıllık **enerji bağımsızlığını**, öngörülebilir maliyetleri ve sürdürülebilir bir gelecek vizyonunu satın alır.

Satış süreci teknik veriden çıkıp müşterinin hayatındaki veya işletmesindeki **somut iyileşmeye** odaklandığında ikna süreci başlar.



01. MÜŞTERİ ANALİZİ

4 Farklı Müşteri Profili

Ø=Ü° Fiyat Odakl
Fiyat Odaklı

“En uygun fiyat nedir?”
Yatırım maliyeti ve geri ödeme süresine odaklan.

Ø=ÜÊ Rakam Odakl
Rakam Odaklı

“Yıllık ne kadar üretim yapacak?”
Grafik ve finansal verilerle yaklaş.

Ø=Ý Güven Odakl
Güven Odaklı

“Firma güvenilir mi?”
Referanslar ve teknik destek ile yaklaş.

&¡ H ¢ öF ¶Á1

“Ne zaman kurulur?”
Zaman planı ve süreç yönetimi ile yaklaş.

Sonuç

GES'te Fırsatı Satışa Dönüştür

GES satış stratejisinin özü budur. Aşağıdaki bağlantılarla öğrenmeye devam edin — dinleyin, izleyin veya kendinizi test edin.

Bunlar canlı bağlantılardır — açmak için tıklayın

Sunumu odada keşfet →

Stratejiyi etkileşimli bir tuval üzerinde derinlemesine inceleyin.

Podcast olarak dinle →

Satış tekniklerini dilediğiniz yerde sesli olarak takip edin.

Anlatımlı videoyu izle →

Tekliften karara giden süreci görsel olarak izleyerek öğrenin.

Yapay zekaya sor →

İçerik hakkındaki sorularınızı AI asistanımızla yanıtlayın.