



Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunu olan Suat Soysal, 37 yıldır perakende sektöründe. 'Reyonun tozunu yutarak' öğrendiği bu sektörde, Atalar, Mudo Grubu ve Benetton'da satış elemanlığından üst yönetime dek mağazacılığın tüm aşamalarında çalıştı.

1996 yılında perakende sektörünün eğitim ve gelişim merkezi olan Soysal Eğitim Danışmanlık'ı kurdu. Sektörde eğitim ve danışmanlık çalışmalarının öncülüğünü yaptı. Türkiye'nin ilk Meçhul Müşteri çalışmalarını yaptı. 2001 yılında tüm perakende sektörünü bir araya getiren, her yıl 7500'ün üzerinde katılımcıyı ağırlayan Perakende Günleri'ni düzenledi.

*Mağazacılık-Mükemmel Müşteri Hizmeti ve Etkili Satış Teknikleri* kitabı, yıllardır perakende sektöründeki kadroların yetişmesinde tüm sektörün el kitabı olarak kullanılmaktadır.

Sektörle ilgili çok sayıda kitaba (*Ülkemizden Hizmet Öyküleri, İpuçları, Marketlerde Mükemmel Hizmet*) imza atan Soysal'ın Remzi Kitabevi tarafından yayınlanmış *İş Ararken* (1995) isimli bir kitabı daha vardır.

SUAT SOYSAL

# MAĞAZACILIK

MÜKEMMEL MÜŞTERİ HİZMETİ  
VE ETKİLİ SATIŞ TEKNİKLERİ



Remzi Kitabevi

MAĞAZACILIK / Suat Soysal

© Remzi Kitabevi, 2021

Her hakkı saklıdır.

Bu yapıtın aynen ya da özet olarak  
hiçbir bölümü, telif hakkı sahibinin  
yazılı izni alınmadan kullanılamaz.

*Düzeltili:* Öner Ciravođlu – Nesrin Arslan

*Kapak tasarımı:* Ömer Erduran

ISBN 978-975-14-1995-8

BİRİNCİ BASIM: Ocak 1996

GÜNCELLENMİŞ ON DÖRDÜNCÜ BASIM: Şubat 2021

*Kitabın bu basımı 2000 adet yapılmıştır.*

---

Remzi Kitabevi A.Ş., Akmerkez E3-14, 34337 Etiler-İstanbul

Sertifika no: 10705

Tel (212) 282 2080 Faks (212) 282 2090

www.remzi.com.tr post@remzi.com.tr

Baskı ve cilt: Seçil Ofset, 100. Yıl Mah., Matbaacılar Sitesi

4. Cad. No: 77 Bağcılar-İstanbul

Sertifika no: 44903 / Tel (212) 629 0615

# İçindekiler

Giriş .....	9
Kitabı Okurken .....	13

## BÖLÜM 1

### *Mağazacılık Nedir, Nasıl Bir Meslektir?, 17*

Mağazacılık Nedir? .....	17
Mağazacılık Nasıl Bir Meslek? .....	20
İçinizde Kalmasın .....	25
Başarılı Mağazacı Hangi Özelliklere Sahip Olmalı? .....	27
Mağazacılıkta Yanlış Bilinenler .....	34
İyi Mağazacı Özellikleri Nasıl Kazanılır? .....	34
Mağazacılık ve Turplar .....	36

## BÖLÜM 2

### *Matematik ve Mağazacılık, 38*

## BÖLÜM 3

### *Mağazacılıkta Mükemmel Müşteri Hizmeti, 41*

Mağazacılıkta Mükemmel Hizmet Neden Gerekli? .....	41
Mükemmel Müşteri Hizmeti Nasıl Olur? .....	47

## BÖLÜM 4

### *Gözünüz Müşteride Olsun, 56*

## BÖLÜM 5

### *Mağazada Müşteri Karşılama ve İlk İzlenim, 58*

İlk İzlenimin Önemi .....	58
İlk İzlenim ve Mağazanın Fiziksel Özelliklerinin Etkisi .....	60
İlk İzlenim ve Müşterinin Karşılaştığı İlk Manzara:	
Çalışanlar Ne Yapıyor? .....	62
İlk İzlenim ve Müşteriyi Farketmek,	
Bekletmeden Karşılama .....	65
İlk İzlenim ve Müşteriyi Karşılama Kullarılan Cümleler .....	66

## BÖLÜM 6

***Mağazacının Dış Görünüşü, 79***

Mağazacının Dış Görünüşü Nasıl Olmalı? .....	79
--	----

## BÖLÜM 7

***Müşteri Gereksinimlerini  
Anlamak, 83***

Müşteriler Her Zaman Ne İstediklerini Bilirler mi? .....	83
Müşterilerin Satın Alma Nedenleri Nelerdir? .....	84
Doğru Soru Sorma Teknikleri .....	86
Aktif ve Doğru Dinleme Teknikleri.....	91

## BÖLÜM 8

***Hizmette Genel Tutum:  
Müşteriye Yoğunlaşmak ve Olumlu Olmak, 97***

Hizmet Boyunca Olumlu Olmak.....	97
Satış Boyunca Müşteriyi Ortada Bırakmamak.....	99
Ne İçeriz? .....	102

## BÖLÜM 9

***Mağazacılıkta Ürün Bilgisi  
ve Müşteriye Etkili Sunum, 104***

Satışta Ürün Bilgisi Neden Gereklidir? .....	104
Ürün Bilgisi Nelerden Oluşur? .....	106
Ürün Bilgisi Nasıl Öğrenilir? .....	107
Ürünün Özellikleriyle Faydaları Arasındaki Fark .....	108
Ürün Bilgisini Net ve Anlaşılır Şekilde Vermek .....	112
Ürünü Sunmak .....	115

## BÖLÜM 10

***Satışta, Ürünle Müşteri  
Arasındaki Mesafeyi Azaltmak, 120***

Ürünle Müşteri Arasındaki Mesafeyi Azaltmak Neden Gereklidir? .....	120
Müşterinin Ürüne Dokunmasını Sağlamak .....	121
Müşterinin Ürünü Denemesini veya Kullanmasını Sağlamak ..	122
Hazır Giyim Satışında Can Alıcı Nokta: Kabinler.....	123
Müşterinin Bedenini Tahmin Etmek Gerekli mi? .....	126

## BÖLÜM 11

***Çeşitli Müşteri Davranışları  
ve Zor Durumlar, 130***

Müşterileri Tiplere Ayırmak Doğru mu?.....	130
Müşteri Davranışları ve Bunlara Karşı Alınacak Tavrı .....	132
Çeşitli Alışveriş Grupları .....	137
Zor Durumlar ve Müşterilere Karşı Tutum.....	138

## BÖLÜM 12

***Müşteri İtirazları ve Cevap  
Verme Yöntemleri, 142***

Müşteri İtirazlarına Neden Sevinmeliyiz? .....	142
Müşterilerin İtiraz Nedenleri .....	143
İtirazlara Karşı Ne Yapmalı? .....	144
Sık Rastlanan İtirazlara Cevap Örnekleri .....	149
Bazen Samimiyet Her Şeyi Çözer.....	161

## BÖLÜM 13

***Müşterilere Fiyatı  
Anlatmak, 164***

Müşterilerin Fiyat Algılaması.....	164
Müşterilere Fiyatı Ne Zaman ve Nasıl Söylemeli .....	165
Fiyata İtirazlara Doğru Cevap Verme Yöntemleri.....	166

## BÖLÜM 14

***Satış Sonuçlandırma  
ve Alternatif Satış, 172***

İyi Satıcılık Müşterinin Karar Vermesini Sağlamaktır .....	172
Müşterilerin Verdiği Satın Alma Sinyalleri.....	173
Satış Sonuçlandırma Yöntemleri .....	173
Müşteriye “Yok”, “Kalmadı” Dememek: Alternatif Satış .....	179

## BÖLÜM 15

***İlave Ürün Satmak, 185***

Kâr Etmenin Yolu: Müşteriye İlave Ürün Satmak.....	185
İlave Ürün Satmak İçin Doğru ve Yanlış Yöntemler.....	185
İlave Satışta Zirve: Tüm Çarşı Birleşmiş, İlave Satış Yapıyor .....	188

## BÖLÜM 16

***Satış Sonrası Hizmet ve İlişki, 191***

Kasada Hizmet .....	191
Müşteriyi Uğurlamak .....	193
Kritik Konu: İade ve Değişimler .....	195

## BÖLÜM 17

***Müşterilerle İletişimde Tam Başarı İçin  
Doğru, Etkili Konuşma ve Beden Dili, 202***

Doğru ve Etkili Konuşmanın Yolları.....	202
Satışta Beden Dilini Etkili Kullanmak .....	207

## BÖLÜM 18

***Çağrı Merkezindeki Müttetiklerimiz, 214***

## BÖLÜM 19

***Takım Çalışması,  
Çalışma Arkadaşları ve Yöneticiyle Uyum, 218***

Takım Çalışması.....	218
----------------------	-----

## BİTİRİRKEN –1

***İşin Özeti, 221***

## BİTİRİRKEN –2

***Yarım Tavuk ve  
Mağazacılığın Ruhu, 222***



# Giriş

Kadın asansörün düğmesine basar ve beklemeye başlar. Beklerken yanına 10 yaşında bir çocuk gelir. Birlikte binerler asansöre. Yukarı doğru çıkarlarken, sessizliği bozmak için çocuğa sorar: “*Adın ne senin yakışıklı?*” Çocuk cevap verir: “*Ahmet.*” Birkaç saniye durduktan sonra da kadına sorar: “*Şimdi hayatınızda ne değişti?*”

Sosyal medyada bunu ilk okuduğumda bir hayli gülmüştüm. Sonra çocuğun sorduğu soru hep aklıma gelmeye başladı: “*Şimdi hayatınızda ne değişti?*” Eğitimlerimde ve yaptığım konuşmalarda mağazacı arkadaşlara hep bu soruyu sordum: “*Bu mesleğe girince hayatınızda ne değişti?*”

## ***Bu mesleğe girince benim hayatımda ne değişti?***

Çiçeği burnunda bir endüstri mühendisi olarak, insan, eğitim ve satış konularına duyduğum ilgi, beni o günlerde Türkiye’nin en köklü mağazacılık kuruluşlarından biri olan Atalar Grubu’na getirmişti. Şirketin Genel Müdürü aynı zamanda şirketin ortaklarından olan Melih Sarter’di. Genel koordinatör yardımcısı arıyorlardı. Melih Bey, yaptığımız bir saatlik görüşme boyunca bana mağazacılığı anlattı. Mağazacılığı, yıllardır bu konuya emek vermiş, dünyayı yakından takip eden ve ülkemizde bu alandaki birçok yeniliğe imzasını atmış olan bir kişiden dinleme şansına sahip oldum. Görüşmenin sonunda yollarımız birleşmişti. Melih Bey’e çalışma programının ne olacağını sorduğumda, hiç duraksamadan şöyle söyledi: “*Sen git bir süre çorap sat bakalım.*” Bu söz sayesinde, satıcılığı ve mağazacılığı ‘reyonun tozunu yutarak’ öğrenmeye başladım.

Ve o gün hayatım değişti. Sonradan anlayacaktım ki, dünyanın en güzel mesleklerinden birine giriş yapmışım. Her gün beni

zinde tutan, çok şey öğrendiğim, öğrendiklerimi hemen uygulamaya koyabildiğim, zorlu ama keyifli bir dünyaya girmişim.

Aktif mağazacılık yaptığım 14 yıl boyunca öğrendim, uyguladım ve öğrettim. Mağazacılığın her alanında; müşteri hizmetinden, satış tekniklerine, vitrinlerden, iç düzenlemeye, personel yönetiminden, perakende matematiğine, stok takibine kadar her konuda deneyim kazandım. Atalar'dan sonra Mudo'da çok değerli öğretmenim ve şimdiki ağabeyim, sektörün liderlerinden Mustafa Taviloğlu ile dört yıl çalıştım. Benetton'da dört yıl boyunca insan kaynakları ve eğitim müdürlüğü yaptım. 1996 yılında Sosyal Eğitim Danışmanlık'ı kurdum.

Sosyal Eğitim Danışmanlık, bugünlere geldiğimizde, Sosyal Perakende Okulu, Perakende Günleri, Perakende Liderler Konferansı, Sosyal Dijital Danışmanlık, Meçhul Müşteri ve Müşteri Memnuniyeti uygulamaları, Sosyal Dijital Dergi, Sosyal Youtube Kanalı ve daha birçok alanda sektörün öncü kuruluşu haline geldi.

Bu meslek, hepimizin hayatında çok şey değiştirdi. Bu nedenle mağazacıyız.

### ***Artık her şey dijital mi olacak?***

Bu soru, son yılların sorusu. Pandeminin etkisi ile daha da yaygınlaştı. Doğru değil!

Teknolojinin ve dijitalleşmenin gücünü es geçemezsiniz. Giderek işlerimize daha da hâkim olacağı bir gerçek. Geçmişte yaşar ve işinizi günümüze adapte etmezseniz kaybolur gidersiniz.

Ancak, dijitalin gücünü kullanabilmek için başka bir güce ihtiyacınız var: Uzmanların deyişiyle *'human touch'* yani insan dokunuşu.

Sizler, mağazacılar, burada devreye giriyorsunuz.

Siz olmadan mağazacılık olmaz. Müşteriyi karşılarken, hizmet verirken, kasa alırken, uğurlarken, ürünü kapiya teslim ederken, sorunları çözümlerken hep insan dokunuşuna ihtiyaç var. Onu yapacak olan da sizlersiniz.

Bu kitabın konusu mağazacılıkta müşteri hizmeti ve satış teknikleri. Mağazacılığın can damarı olan bu konuları, sosyal psi-

kolojinin insan ilişkileri konusunda bize öğrettiklerini kendi deneyimlerimle birleştirerek mağazacılığın günlük pratik diliyle ve örneklerle anlattım. Yapılması gerekenleri sergilerken esas olarak örnek diyaloglar ve öyküler kullandım. Kitapta gerçek hayattan alarak düzenlediğim, doğruları ve yanlışları gösteren yüzlerce satış diyalogu örneği bulacaksınız.

Bu kitap mağazacılığın tüm sektörlerine hitap ediyor. Konfeksiyon, ayakkabı, mobilya, beyaz eşya, yatak, seramik ve cam ürünleri, parfümeri, çanta, otomotiv, hediyelik eşya, gıda, restoran, kıscacı hangi sektör olursa olsun, fiziksel mağaza ve e-ticaret bağlantılı çalışmalarda bu kitap, müşteri hizmeti ve satış teknikleri konusunda bir el kitabı niteliğinde. Mağazalarda çalışan satış elemanları, kasiyerler, yöneticiler, koordinatörler, merkezdeki sorumlular, eğitimciler ve mağaza sahiplerinin bu kitapta yararlanacak çok şey bulacaklarına inanıyorum.

Kitabın bir özelliği de çok amaçlı okuma düzeni. Müşteri hizmeti ve satış teknikleri ile ilgili konular kitapta bir sıra takip ediyor. Yani başından sonuna okunduğunda konunun tümü hakkında geniş ve pratik bir bilgi edinmek mümkün. Bunun yanı sıra kitabın her bir bölümü tek başına bir konuyu, bir bütün olarak anlatıyor. Bu özellik sayesinde de kitabın istediğiniz bölümünü seçerek okuyup o konuda yeterli bilgiyi edinebiliyorsunuz.

Mağazacılık çaba göstererek, çalışarak, gelişmeleri takip ederek öğrenilir. Bu meslekte ilerlemenin tek yolu herkesin kendini yenilemesidir. Kitabın buna hizmet edeceğine inanıyorum.

Benim için anlamı büyük olan bu kitabı yıllar sonra yenilemem için destek olan herkese teşekkür ediyorum. Kitabı yeniden ele almak bana sevinç verdi. Mağazacıların rahatlıkla okumasını, yararlanmasını arzu ediyorum.

Suat Soysal  
Ocak 2021, İstanbul



# Kitabı Okurken

Kitabı okurken göz önünde bulundurmanız gerekenler:

## *Kitap, baştan sona yenilendi*

Mağazacılığın ve mükemmel hizmetin temelleri değişmedi. Ancak, yıllar içinde mağazacılık çok değişti. Mağazalar, AVM'ler, ürünler, konseptler, teknoloji, sistemler her şey değişti. E-ticaret çok önemli hale geldi. Çağrı merkezleri ve lojistik mağazacılığın önemli bir parçası oldu. Bunun yanı sıra yaşam değişti, alışkanlıklar değişti, ülke ve dünya değişti.

Bu değişimlerin hepsini kitaba yansıttım. Örneklerin ve diyalogların neredeyse tamamı değişti. Böylelikle temel ilkeler, yeni dünyamıza uygun bir şekilde işlenmiş oldu.

## *'Mağazacılık' terimi en geniş anlamıyla yer aldı*

Bu kitap mağazacılığın tüm sektörlerine hitap ediyor. Kitapta 'mağaza', 'mağazacılık' dediğimiz yerlerde aşağıdaki tüm perakende işletmeleri anlaşılmalı. Nedir bu sektörler:

- Gıda mağazacılığı
- Gıda dışı mağazacılık
- Kategori mağazacılığı
- Yeme içme sektörü

Detaya inerek:

Gıda mağazacılığı:

- Süpermarketler
- Hipermarketler
- İndirim marketleri
- Gurme marketler
- Yerel marketler

Gıda dışı mağazacılık:

- Hazır giyim
- Ayakkabı
- Mobilya
- Beyaz eşya
- Yatak
- Seramik ve cam ürünleri
- Parfümeri
- Çanta
- Otomotiv
- Hediyeelik eşya
- Kişisel bakım vb.

Kategori mağazacılığı:

- Özellikle gıda dışı mağazacılıkta tek bir kategoride yoğunlaşmış, büyük mağazalar: Elektronik, yapı, hazır giyim vb.

Yeme içme sektörü:

- Her türlü restoranlar
- Fast food
- Cafeler
- Büfeler

***Bu kitapta fiziksel mağazaların yanı sıra e-ticaret de var***

Kitapta ağırlıklı olarak fiziksel mağazalarda yapılan hizmeti ele aldım. Ancak e-ticaret, fiziksel mağazaların ayrılmaz bir parçası olduğu için, ilgili yerlerde e-ticaretten de örnekler verdim.

Fiziksel mağazalarda hizmet verirken markanızın e-ticaret uygulamalarından yararlanmak, e-ticaret gücünü kullanmak çok önemlidir.

***Kitap, mağazacılığın hangi kadroları için?***

Yüz yüze hizmet verenler başta olmak üzere tüm kadrolar için:

- Satış elemanları
- Mağaza yöneticileri

- Garsonlar
- Reyon elemanları, kasaplar, şarküteristler,
- Kasiyerler
- Reyon dizenerler
- Depocular
- Kapıda duran güvenlik elemanları
- Kasiyerler
- Tüm yöneticiler

### *Pandemi dönemi nasıl işlendi?*

Kitabın yenilendiği dönem pandeminin tam ortası. Pandemi dönemi geçici olduğu için kitabı bundan bağımsız yazdım. Bu dönem geçeceği ve yine normal mağazacılık günlerine kavuşacağımız için.

Bu dönemde sağlık nedenli kısıtlamalar ve değişikliklerin yanı sıra (maskeler, giriş sayısındaki kısıtlamalar, kabinlerde, paketlemelerde, masa sayısında, çatal bıçak sunumunda değişiklikler ve bunun gibi çok sayıdaki yeni uygulamalar) müşterilerin ruh hallerinde de çok değişiklik oldu. Tüm bunlar alışverişte ve yüz yüze hizmette, döneme has yeni kurallar getirdi.

Bu dönem dikkat edeceğimiz en önemli şey, tüm değişikliklere karşın, mükemmel hizmet vermek amacından uzaklaşmamak. Temel ilkeleri yeni dönemin koşullarında yılmadan uygulamak.





## BÖLÜM 1

# Mağazacılık Nedir, Nasıl Bir Meslektir?

### *Turp tarlası*

## MAĞAZACILIK NEDİR?

### Bir Dünya Yaratmak

Mağazacılığın ne olduğunu, bu mesleği yaşayanlar bilir. İş dünyası kitaplarındaki mağazacılık tanımları kurudur. Bu meslekte yaşayanlar, birbiri ardına sıralanmış tanımlardan çok daha iyi anlatır. Bu bölümü yazarken eski ajandalarımı karıştırdım. Özenle sakladığım ajandalarımın birinden yıllar öncesinin bir mart ayına ait günlük işleri okudum. Günlerden çarşamba ve ajandamdaki işler şunlar:

- Rumeli mağazasına yeni sezon ürünler gidiyor.
- Mağazanın vitrini akşam sekizden sonra yapılacak. Gece üçten önce bitirilmeli.
- Ürünler yerleştirilirken tek tek kalite kontrolleri yapılacak.
- Koleksiyon ekibi gelip ürünlerin iç teşhirlerini ve takımlarını kontrol edecek.
- Saat 14:00'te satış elemanlığı için başvuranlarla görüşme yapılacak.
- Bir hafta sonraki mağaza müdürleri toplantısı organize edilecek.
- Yedek düğmeler tüm mağazalara sevk edilecek.
- Yeni işe başlayan satış elemanlarının eğitimi gelecek hafta sonu bitiyor.

