



Premium Araç Satış ve Müşteri Deneyimi
Geliştirme Eğitim Programı

www.eXperientiaConsulting.com

Premium Müşteri

Premium müşteriye yaklaşım ve satış, kendine özgü yetenek ve teknikleri gerektirmektedir. Lüks perakende ve konaklama sektöründe çok gelişmiş olan premium müşteri deneyimi, ne yazık ki bu grup müşteriye diğer sektörlerde aynı seviyede verilememekte ve müşteride istenen bağlılık sağlanamamaktadır.

Gerek günlük hayatında, gerekse yaptığı aktivitelerde kendini özel hissetmeye alışmış premium müşteri, otomotiv sektörüne geldiğinde farklı seviye markalarda yaşadığı deneyim arasında olması gerekenden çok daha az fark vardır ve premium segment ürünler müşteriye orta segment ürün satış teknikleriyle satılmaya çalışılmaktadır.

Oysa ki otomotiv sektörü, küresel lüks pazarı içinde yaklaşık %40'lık bir oranla en büyük paya ve en yüksek müşteri ömür boyu değerine sahiptir.

“Lüks, ihtiyacın bittiği yerde başlar.”



Müşteri Davranışı

Günümüzde otomotiv müşterisinin davranışı da dijitalin hayatımıza girmesiyle çok değişti. Araç satın almak isteyen bir müşterinin ortalama bayi mekanını ziyaret sayısı yarı yarıya düşmüş durumda. Müşteri artık araçla ilgili bilgi almak için showroom ziyareti yapmıyor ve çok bilgili olarak araç bayilerini ziyarete gidiyor. %80'in üzerinde potansiyel müşteri, ön araştırma yapmadan bayi ziyareti yapmıyor.

Satınalma sürecinde bilgi alma aşamasındaki tüm bu değişimlere rağmen, karar aşamasında ise %79'luk bir oranla bayi deneyimi ve test sürüşü eşit öncelikle 2 önemli etken olmayı sürdürüyor. Burada karşımıza çıkan problem, neredeyse otomotivin tarihi kadar eski olmasına rağmen bayi deneyiminde çok fazla değişim olmaması. Özellikle farklı sınıflarda araç satan markalarda, veya farklı markaları bir arada satan firmalarda premium müşterinin alışık olduğu tamamen farklı müşteri deneyimi beklentilerine karşılık, araçlar müşteri deneyiminden uzak ve premium algısını bozacak şekilde satılmaya çalışılıyor.





Müşteri Davranışı

Experientia olarak, hazırladığımız yeni programla markaların premium ve lüks segmette müşteri deneyimini artırmayı, müşteriyle doğru ve alışık olduğu bir şekilde iletişim kurulmasına yardım etmeyi ve karar aşamasında en önemli 2 faktör olan bayi deneyimi ve test sürüşünü nasıl müşteriyi satınalma kararı verecek şekilde iyileştirmeyi hedeflemekteyiz.

İnanıyoruz ki, müşteriyi showroom kapısına getirebileceğimiz süreç çok daha standart, üzerinde çalışılmış ve müşteriye aynı mesajı verirken, showroom'da insan faktörünün de etkisiyle marka danışmanları tarafından çok farklı deneyimler sunulmaktadır. Bu deneyim sırasında, premium segmentte yapılmaması gereken bir çok hataya rastlanıyor. Fiyat konuşmaktan müşteriyi karşılamaya, kullanım aşamasından satış sonrası servislere kadar tüm süreci detaylı olarak analiz eden bu program, markaların satışlarında önemli artışlar hedeflemekte ve eğitim sonrası da bunu takip etmektedir.

*“Müşteriyi kazanıp kaybedeceğiniz yeni savaş alanı;
Müşteri Deneyimi..”*

Eğitim içeriği, markanın ihtiyaçlarına, eğitim öncesi analizlerine göre değişmekle birlikte genel olarak aşağıdaki konuları kapsamaktadır.

- Lüksün tanımı, lüks pazarı ve müşteri profili
- Premium müşteri beklentileri
- Premium müşteriyle iletişim
- Premium satış teknikleri
- Müşteri deneyimi tasarımı
- Satış ve satış sonrası deneyim geliştirme
- Kişisel gelişim, davranış kuralları
- Fiyat algısını yönetmek ve nöro pazarlama tekniklerinin uygulanması





Bu eğitim sonrası katılımcıların aşağıdaki konularda yetkinlik sahibi olmaları hedeflenmektedir. Eğitimden belirli bir süre sonra yapılacak değerlendirme toplantısıyla, eğitimin günlük hayatta uygulanması, istenen KPI'lara erişim ve etkililiğiyle ilgili değerlendirmeler yapılmaktadır.

KAZANIMLAR

- Premium müşteriyi, beklentilerini ve ihtiyaçlarını doğru bir şekilde anlayarak onlarla iletişim kurmak.
- Müşteriyi etkilemek ve müşteri bağlılığı yaratmak.
- Müşteriye satış ve satış sonrasında premium, birinci sınıf bir hizmet vermek.
- Premium satış tekniklerini kullanarak müşteri dönüşüm oranını artırmak ve üst segment ürünler için nasıl fiyat konuşulması gerektiğini, fiyat algısının nasıl yönetileceğini öğrenmek.
- Personelin kişisel davranış, görünüş ve tutumunu bir üst seviyeye çıkartmak.
- Müşterinizin satınalma kararı vermiş ve tekrar gelmek üzere, yüzünde gülümseme ve memnuniyetle iş yerinizden ayrılmasını sağlamak.

"Vazgeçilmez olmak için, eşsiz olmalısınız."



