



“*Kişisel/şahsî gelişim değil  
Kişilik/şahsiyet gelişimi*”

“BU KİTAP KEŞKE  
DAHA ÖNCE  
ELİME GEÇSEYDİ”  
DİYECEKSİNİZ.

ADEM SERDAROĞLU

SATIŞ VE PAZARLAMA  
TEKNİKLERİYLE

# İkna s a n a t ı

İNSAN VE  
HAYAT  
KİTAPLIĞI

# İÇİNDEKİLER

Takdim .....	11
--------------	----

## BİRİNCİ KISIM İKNANIN EĞİTİMİ

“Nasreddin Hoca'nın Kürküyle Keşfettiği Sır”	
Pazarlamada İlk İntiba .....	17
“Burnuyla Yakalanan İsteksiz Öğrenci”	
Vücut Dili Ne Söylüyor? .....	23
“Petrocelli Kendi Kazdığı Kuyuya Düşüyor”	
Başarılı Kişilerin Beden Dili Alışkanlıkları .....	29
“O Derin Dondurucu Alınacak”	
Müşteri İtirazlarını Aşmanın Yolları .....	35
“Bekle Beni Ilgaz Dağı”	
Satış Kapama Teknikleri .....	47

## İKİNCİ KISIM HİSLERLE PAZARLAMA İKNASI

“Yavuz Sultan Selim Han'ı Kızdırmamalıydınız”	
Pazarlama Dünyası Duyguların Peşinde .....	57
“Kapının Sesi Uzaktan Hoş Gelir”	
Kulağa Hitap Eden Markalar .....	63
“Çocukları Renklerle Yola Getirmenin Yolu”	
Satın Aldıran Renkler .....	69

“Kokla ve Temizliğe Başla”	
Firmalar Koku Hafızasının Peşine Düşti.....	77
“Padişahım, Sanırım Öleceksiniz”	
Ürün Değil, Fayda Satın.....	83

## ÜÇÜNCÜ KISIM

### SATIŞ TEKNİKLERİNDEKİ İKNA

“Ben Senin Aynanım, Hadi Dedigimi Yap”	
Aynalama Tekniği.....	91
“Ben Bu Dersi Üç Dilde de Anlatabilirim”	
Temel Temsil Sistemleri.....	97
“Şakadan Anlamayan Avcı”	
Hipnozla Pazarlama.....	103
“Meğer Tarlada Ceset de Yetiştirmiş”	
Sıra Dışı Pazarlama.....	111
“Komşu Komşunun Tabelasına Muhtaçtır”	
İkna'nın Gizli Şifresi: ‘Evet’.....	117

## DÖRDÜNCÜ KISIM

### İŞLETMELERİN İKNASI

“Bana Çevreni Söyle Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim”	
Pazarlamanın Geldiği Son Nokta.....	127
“Burnun Alıştı Tabi”	
KepenK Kapatırırın İhmal - Kurumsal Körlük.....	137
“Bu Çok Pahalı, Hemen Alıyorum”	
Marka Olma Yolunda Doğru Fiyatlandırma Nasıl Yapılır?.....	143
“Dikkat! Yol Çalışması. Banka Nasıl Battı?”	
Kulaktan Kulağa İletişim.....	149

## BEŞİNCİ KISIM

### PSİKOLOJİK SATIŞIN İKNASI

“F-16'ya Gerek Yok, Kuş Sapanım Var Benim”	
Doğruyu Bildiği Halde İnsan Neden Yanlış Seçer.....	157

“Kıt Kaynaklar Yasasıyla Kız mı İstenirmiş” Pazarlama Sihirbazlarından Satış Taktikleri: Azlık Kuralı.....	163
“Yavru Köpeğin Fendi, Evin Babasını Yendi” Pazarlama Taktiklerine Dikkat .....	171
“Büyükleri Dert Etmeyin. Çikolatayla Kandırınız Onları” Bağış Yapmayı Bir Kez Daha Düşündüren Prensipten.....	175

## **ALTINCI KISIM**

### **DEĞİŞEN DÜNYA**

SON SÖZ .....	182
“Eyvah! Canım Mısır Çekti” Bilinçaltını İkna.....	185
“Hızlı Balıklar” Değişen Müşteri Davranışları.....	189
“Bagajımı Düşürmeyecektiniz!” Sosyal Medyada Pazarlama.....	195
“Çok Yorgunum, Ayağıma Gelsin” E-Ticaretin Zaferi .....	201
KAYNAKLAR.....	207

## TAKDİM

08 Aralık 1985 tarihi, soğuk bir pazartesi gecesi idi. Yeni doğmuştum, üşüyordum ve karnım çok açtı. Elimde çok fazla seçenek yoktu. Mevcut şartlar altında elimden gelenin en iyisini yapmak zorundaydım. Nitekim ben de öyle yaptım. Ağzımı kocaman açtım ve bağıra bağıra ağlamaya başladım. Tekniğim kusursuzdu. Çok geçmeden karnım doyurulmuştu ve pamuklu battaniyelerin arasında muşıl muşıl bir uykuya dalmıştım. Yani, satış, ilk ikna gerçekleşmişti.

Sonraki yıllarda süper bakkalımızda (Şarküteri ve manav reyonu olan marketlere süpermarket deniliyor. Bizim bakkalın bir tarafı kasaptı ve önünde sebze-meyve satılıyordu.) babama yardım ederek tekniğimi ve bilgimi geliştirmeye devam ettim. Okuldan çıkar çıkmaz önlüğümü eve atıyor ve doğruca bakkala yardıma gidiyordum.

Babama yardım ettiğim yılların, satış ve pazarlama hayatıma katkısı büyüktür. Bu konuda babam, bulunmaz bir öğretmendi. Mesela, müşteriye kendisinin ne kadar değerli olduğunu hissettirmenin önemini ilk defa ondan öğrenmişimdir. Bu dersi öğrendiğim günü hiç unutmam:

O gün bakkala geldiğimde canım çok sıkılmıştı. Çünkü okulda dayak yemiştım. 8. sınıflardan bir çocuğa “abi” demeyip, ismiyle hitap ettiğim içindi bu dayak. Dükkâna gelir gelmez yerleri ıslattım ve elime fırçayı alıp bakkalın önünü süpürmeye başladım. Kendimi meşgul ederek yediğim dayacı unutmaya çalışıyordum. İşimi tam bitirmemişim ki

babamın bir ahbabı dükkâna geldi. Babamın ne söyleyeceğini tahmin ederek fırçayı bir kenara bıraktım ve doğruca kahveye gidip onlara çay getirdim. Babamla arkadaşı sohbet ederken ben de yarım kalan işimi tamamlayıp sebze tezgâhını düzenlemeye başlamıştım. Gelen Amca, babama “Hocam iki kilo da domates alayım ben.” dedi. Ben mesajı almıştım.

Babam daha bir şey demeden elime poşeti aldım ve domatesleri doldurmaya başladım. Babam bana baktı ve dedi ki: “Veysi Amca’na şöyle iyilerinden seç, ezilenini falan koyma”. Babamın söylemiş olduğu bu sözün hakareten farkı yoktu benim için. Ben şimdiye kadar kime ezik domates vermiştim. Ezilenleri tezgâhın altındaki kasada biriktiriyorduk ve onlar evde salça yapıyordu.

Yediğim dayağın da gerginliğiyle babama küstahça çıkıştım: “Biz ne yapıyoruz burada?” Söz ağzımdan çıkar çıkmaz yaptığım terbiyesizliğin farkına vardım. Fakat artık çok geçti. Babamı, arkadaşının yanında terslemiştim. Benim bu çıkışım karşısında sessiz kalmayı tercih eden babam, akşam dükkânı kapatıp eve gidinceye kadar da bu konuyu açmadı. Eve geldiğimizde kırk cümlelerle babamdan özür dilemeye çalıştığımda gözlerime baktı ve:

“Senin ezik domates koymayacağını ben de biliyorum. Fakat bazen insanlara özel olduklarını hissettirmen gerekir. Bu hoşlarına gider ve seni benimsemelerini sağlar. İnsanları taltif etmekten çekinmemelisin.”

Üniversite hayatımın hemen her günü de satış ve pazarlamaya dair yeni şeyler öğrenmekle geçti. Afyon Kocatepe Üniversitesi’nde pazarlama ve iktisat bölümleriyle başlayan akademik hayatım boyunca, elimden hiçbir zaman kitap eksik olmadı. Dolu dolu bir eğitim süreci geçirdim desem yeridir.

Alanının en iyisi olan hocalardan ders dinleme fırsatım olmuştu. Mezun olduğumda almış olduğum özel notların hacmi 2000 sayfadan fazlaydı ve yine alanıma dair okuduğum kitapların sayısı 300’ü aşmıştı. Sonrasında almış olduğum “Davranış Bilimleri”, “CRM-Müşteri İlişkileri Yönetimi”, “Tüketici Davranışları”, “Satış Koçluğu”, “Halkla



İlişkiler”, “İnsan Kaynakları” ve “Satış ve Pazarlama Teknikleri” gibi özel eğitimlerle, her daim bilgi dağarcığımı geliştirmeye çalıştım.

Pazarlama uzmanı olarak başlayan çalışma hayatım ise; satış müdürü, satış eğitmeni ve satış koçu pozisyonlarında devam etti ve öğrendiğim bilgileri pratik hayata yansıtabilme şansını yakaladım.

Elinizde tuttuğunuz kitaba gelecek olursak, aslında her şey bir soruyla başladı: “Pazarlama uzmanlarının insanları ikna etmek için kullandıkları teknikler, neden sosyal hayatta da kullanılmasındı ki?” Ayrıca pazarlama hayatında geçerli olan birçok kaidenin aslında hayatın içinde yer alan tecrübelerden oluştuğunu biliyordum. Tek yapılması gereken düzgün bir uyarlamayla benzerlikleri ortaya koymaktı.

İnsan ve Hayat Dergisi benim kendime bu soruyu sormama vesile oldu ve beni her daim teşvik ederek soyut olan bir fikrin somutlaşmasını sağladı. Başta kısa makalelerle başlayan bu serüven, elinize aldığınız bu kitapla yolculuğunu tamamlamış oluyor.

Kitapta yer alan yazıların büyük bir kısmı İnsan ve Hayat Dergisi’nde yayınlanan makalelerden oluşuyor. Yazılarda daha çok (ekip ruhunu ön planda tutmak amacıyla) “ben” yerine “biz” kalıbı kullanıldı. Bazen satış uzmanlarına hitap edilirken, bazen de tüketicilere seslenilerek daha kapsayıcı olunmaya çalışıldı.

Kitap 6 farklı bölümden ve 27 farklı makaleden oluşuyor. İçeriği oluştururken en güncel bilgileri dikkatinize sunmaya çalıştık. Gündelik hayatta en çok ihtiyaç duyulan bilgileri anlaşılır bir dille aktarmaya ve gereksiz ayrıntılardan da uzak durmaya özen gösterdik.

Bu kitabı, iletişim koçunuz olarak görmelisiniz. Eskilerin de dediği gibi: “Gayret bizden, Tevfik Allah’tan...”