



Prof. Dr.
ARMAN
KIRIM'la

ak@tg.com.tr

BUSINESS

TÜRKİYE'NİN İLK VE TEK İŞ ANALİZİ SAYFASI

25 KASIM 2009 ÇARŞAMBA

Küçük işletmeler için hayatta kalma rehberi

Nakit akışınızda sıkıntı olmamasına dikkat etmelisiniz. Gelirler, stoktaki mallar ve satılabilecek varlıklar, çok iyi yönetilmeli. Unutmayın ki, ne kadar fazla stok, o kadar fazla nakit sıkıntısı riski demek...



Talep daralması hızını kesmeden sürüyor. Ülkemizde çok sayıda işletme ne yazık ki birbiri ardına kapanıyor. Ekonomik daralma ortamında şirketlerimizin büyük bir çoğunluğu, özellikle de küçük ve orta ölçekli işletmeler, ne yapmaları gerektiğini bir türlü bilemiyorlar. Büyük şirketlerin yetenekli yöneticileri, pahalı danışmanları var ama küçük şirketlerimiz bu kaynaktan ne yazık ki yoksun. Zaten biz de bu sayfayı, ülkemiz şirketlerinin çok büyük bir çoğunluğunu oluşturan küçük ve orta boy işletmelere destek olmak, yol göstermek için hazırlıyoruz.

Daralmış olan yurtdışı talep ortamında şirketlerimizin yapması gereken en önemli şey oturup dünya ekonomisindeki düzelmeleri izlemek ve dünyada 'resesyon' bitince nasıl olsa bizim de işlerimiz düzeler yanlıgsından hatta rüyasından bir an önce sıyrılmaktır. Problemin ne olduğunu doğru tespit edemezseniz doğru çözümlü de bulamazsınız. Talep artışı kolay olmayacak. O zaman karşınızda tek bir yol var: Kendi pazar payınızı arttırmak. Ama bunu yaparken öncelikle hayatta kalabilmeyi becermelisiniz. Bunu nasıl yapacaksınız? Adım adım anlatayım.

1 Nakit akışınızı iyi yönetin

Sizi yok edecek olan da kurtaracak olan da budur. Nakit akışınızın yönetimi... Nakit akışı demek; örneğin yarın şirketinizin ne kadar nakit çıkışı olacağı (yani kesilmiş çekler, banka borcu taksidi, senetler vs.), bunun karşılığında da elinizde bulunan ve yarın kasaya girmesi kesin olan nakit miktarı. Girecek olan çıkacak olandan büyüksen sorun yok. Ama durum tersiye işiniz zor. Özellikle de içinde yaşadığımız likidite sıkıntısı döneminde nakit bir türlü dönmüyor, size ödeme sözü veren yakın dostunuz bile ödeme gücüne düşüyor. Ne yapacaksınız? Bir kere, nakit konusunda hep temkinli olmaya dikkat etmelisiniz. Nakit girişinizde sıkıntı olma riskinin büyük olduğunu unutmamalısınız. Bunun dışında, şirketinizden önümüzdeki bir ay içinde ne kadar nakit çıkacağını ve ne kadar nakit gireceğini, kasanızdaki parayı da hesaba katarak günlük olarak hesaplayın. Yani bu ayın kalan her günü için şimdiden hesabınızı yapın. Ayın 26'sında, 27'sinde, 28, 29 ve 30'unda ne kadar giriş ne kadar çıkış var? Aradaki farkı kasadan ya da bankadan kapayabiliyor musunuz? Sonra bir sonraki, daha sonraki ay için günlük nakit akış miktarlarını hesaplayın ve ajandanızın ilgili günlük sayfasına not edin. Nakit akışı ajandanız, iş hayatınızın en önemli yönetim aracı olsun.

2 Nakit kaynaklarını iyi kullanın

Bir şirketin üç tane nakit kaynağı vardır. (a) Satışlardan elde edilen gelir, (b) Stoktaki mallar ve (c) Satılabilecek varlıklar (araba, arsa, dükkan, ev vb.). Nakit akışınızı orta vadeli (örneğin üç aylık) yönetirken, her üç kaynağı da kullanmak durumunda olabileceğinizi bilin. En önemli kaynağınız satış cironuz. Bunu arttırmak en önemli önceliğiniz olmalı. Bunu yapmak ise, farklılaşmakla mümkündür. Bir de agresif pazarlamayla. Yerinize oturarak satış cirosunu arttıramazsınız. Stoktaki malları hızla nakde çevirmek en önemli ikinci hedefiniz olmalı. Tutabileceğiniz en az stokla şirketinizi yönetmelisiniz. Ne kadar fazla stok, o kadar fazla nakit sıkıntısı riski. Nakit sıkıntısı bir şirketi batırabilecek en büyük güçtür, bunu aklınızdan çıkarmayın.



Talebi nasıl artırabilirsiniz?

Talebi artırmak için, farklı olmak gerek... Müşterilerin sıkıntılarını, isteklerini öğrenin. Bunun için pazar araştırması yapmak gerekir...

Nakit akışınızı yoluna koymanın en birinci yolu satış cirosunu arttırmaktır. Bunun için ya fiyatınızı arttırmalı, ya satış miktarınızı arttırmalı, ya da en güzel her ikisini birden arttırmalısınız. Satış fiyatınızı ancak ve ancak rekabetten 'farklı' olursanız arttırabilirsiniz. Satış miktarınızı arttırmak için de yine rekabetten farklı olmanın yollarını bulmalısınız. Bunu nasıl yapacağınızı da anlatayım.

1- Müşterinizle konuşun, görüşün, müşteri bilgisi edinin. Sabah akşam reklam vererek satışlarınızı arttıramazsınız. Ancak ve ancak reklamlarınızda müşterilerin arayıp da bulamadığı, ya da ihtiyaçları olup da farkında olmadıkları özellikleri bağırırsanız reklamınız dikkat çeker. Sadece daha fazla reklam (buna 'ses payı' deniyor) artık eski zamanlara ait bir stratejidir. Farklı şeyler söylemek için de farklı şeyler yapmanız gerekir. Peki, nasıl farklılaşacaksınız? Gidin, müşterilerinizle konuşun. Daha fazla soru sorun, daha fazla ziyaret ya-

pın, onların ihtiyaçlarını tam olarak anlamaya çalışın. Sizin elinizde ne kadar fazla size özel müşteri bilgisi varsa, rekabete göre o kadar avantajlısınız. Müşteri bilgisi yoğun bir şirket haline gelmek en önemli hedefiniz olsun.

2- Müşterilerinizin sıkıntı ve problem noktalarını farklaştırma ve talep oluşturma alanlarıdır. Müşterilerle görüşmeniz de bir pazar araştırması şirketinden yardım alacaksanız, araştırma şirketinin elemanının yanında mutlaka sizden de bir eleman olmalı. Şirket anketörleri sizin sektörünüzü tanımaz. En iyisi araştırmanızı kendiniz yapın. Müşterilerinizle görüşmelerinizde onların bu ürün/hizmetle ilgili yaşadıkları en önemli sıkıntıları anlatın. Mesela, dış firmanın paketi zor mu açılıyor, açılırken müşterinin elini mi yırtıyor? Kolay açılan paket üretmek sizi farklılaştırabilir. Sürekli olarak bilgi toplayın ve sürekli olarak müşterilerin sıkıntı noktalarını anlatın. Farklılaşmak için ihtiyacınız olan en önemli hazine bu.

3- Bu farklılıklarınızı agresif olarak pazarlayın. Anlatın, anlatın, durmadan anlatın. Şimdi de müşterilere, onların sıkıntılarını giderdiğinizi anlatmak için gidin. Farklılığı ürettikten sonra bunu mutlaka duyurmalısınız. Facebook, Twitter, e-mail gibi sanal iletişim mecralarından mutlaka istifade edin. Bulduğunuz farklılığın kulaktan kulağa yayılmasını sağlayın. Satış ziyaretlerinizi arttırın.



Karşılanmamış ihtiyaçları keşfedin

Söyle düşünün: Siz de, ben de, hepimiz birer müşteriyiz. Bizler de bir şey alırken sıkıntılar yaşıyoruz. Mesela beyaz eşya servis-bakım aşamasında. Adamı arıyorsunuz, yarın geleceğim diyor. Kaçta diye sorunca "saat veremem efendim" diyor. Akşama kadar evde kapanıp beklememizi istiyor. TV reklamlarında en cici marka görünen adamlar, malı almaya görün, hemen sizi terk ediyorlar. Alın size müşteri sıkıntısı, hem de en büyüğünden. Şimdi siz bir beyaz eşya şirketinin yöneticisi olsanız, ne yapmanız gerekir? Servis ziyaret sürecini acilen iyileştirmek ve mükemmel bir hizmet süreci tasarlamak, değil mi? Sonra da çıkıp pa-

zarlama mesajlarınızda avaz avaz bu yeni ve farklı özelliğinizi bağırarak. İşte bu ihtiyaç, karşılanmamış ihtiyaçlar konusunda güzel bir örnek. Diyelim ki pimapeen (PVC) tarzı pencere montaj şirketiniz var. Peki, bu ürünü evine taktıran ve bu hizmeti alan müşterilerin PVC doğrama montaj şirketleriyle ne tür sıkıntılar yaşadıklarını biliyor musunuz? Gidin, konuşun ve öğrenin. Sonra da bunları ilk çözen siz olun ve bunu pazarlayın. Ama sorgulamanızı hiç bırakmayın. Çünkü müşteriler olduğu yerde durmaz ve ihtiyaçları sürekli olarak değişir. Bunları ilk anlayan ve ilk uygulayan siz olun. Oturduk yerde para kazanmak eskide kaldı. Koltuğunuzdan kalkın, akıllı işler yapın.

YEŞİLDAŞ

KURBAN BAYRAMINIZI KUTLAR

NEFES ALABİLEN ORTOPEDİK COMFORT AYAKKABI

KALİTE AYAKTA BAŞLAR!..

BAYRAMA ÖZEL FİYATLAR

20 TL 25 TL 30 TL 40 TL 50 TL

Merkez: Yenigün Mah. Bağcılar Cad. Parseller Durağı No: 189/B Bağcılar / İST.
Tel: (0212) 436 79 57 Fax: (0212) 436 62 24

Şube 1: G.Mah. Abdi İpekçi Cad. Kamer Sok. No: 15 Güngören / İST. Tel: (0212) 462 97 03

Şube 2: Mimar Sinan Mah. İstanbul Cad. No: 10 Esenler / İST. Tel: (0212) 568 60 25

Şube 3: Mahmutbey Cad. No: 8/C Şirinevler / İST. Tel: (0212) 551 58 28

Şube 4: Vatan Cd. No: 58 Çağlayan / İST. Tel: (0212) 343 36 67