

10 SORUDA SATIŞ PRİM SİSTEMİ

Faruk Şener

www.faruksener.com.tr



Satış Prim Sistemi Hakkında

- Satış primi satış yönetiminin en önemli ve en etkin aracıdır.
- Doğru kurgulandığı zaman satış performansı üzerinde doğrudan etkide bulunur.
- Özellikle KOBİ düzeyindeki firmalarda satış priminin önemi ve faydası yüksektir.
- Satış ekibinin büyüme hedeflerine kilitlenmesi için prim sistemi gereklidir.

1.Soru: Satış Prim Sistemi Gerekli midir?

- Doğru kurgulanmış bir satış prim sistemi ile
 - Satış Büyümesi (Miktar ve ciro olarak)
 - Yeni müşteri kazanımı
 - Açık hesap oranının düşürülmesi
 - Tahsilat vadesinin kısaltılması
 - Birim karlılık oranının arttırılması
 - Karlı ürünlerin satış oranının arttırılması mümkündür.

2. Soru: Satış Primi Her Şirkette Gerekli midir?

- Aşağıdaki durumlarda prim sistemi verilmeyebilir;
 - Şirketin pazar payı yüksekse
 - Şirketin pazarda ki konumu stabilse
 - Pazarda büyüme söz konusu değilse
 - Ve şirketin büyüme hedefi yoksa
- Ancak aşağıdaki durumlarda prim sistemi mutlaka uygulanmalıdır.
 - Pazar istikrarlı bir şekilde büyüyorsa
 - Şirketin büyüme hedefleri yüksekse
 - Rekabet yoğunsa
 - Satış kanallarında sadakat düşükse

3.Soru: Ne kadar prim verilmelidir?

- Prim miktarı iki kritere bağlıdır.
 - Şirketin karlılık oranı
 - Ve sektörünü ortalama maaş seviyesi
- Karlılık oranının düşük olduğu şartlarda prim miktarı da düşük olacaktır.
- Ancak prim miktarı konusunda bir referans önerebilirim; Verilecek prim ile satışçıların geliri sektör ortalamasının üzerine çıkarılmalıdır.
- Dolayısı ile önce ne kadar prim verilmesi gerektiği hesaplanıp sonra bunun mümkün olup olmadığına bakılmalıdır.
- Önerim satış ekibine vereceğiniz prim miktarının yıllık bazda üç maaştan düşük olmamasıdır. Tabi bu ortalama maaş düzeyinize göre belirlenmelidir.
- Verilecek toplam primin ilave maliyet gideri büyümeyle gerçekleşen ciroyla kıyaslanmalıdır.
- Büyüme durumunda ilave prim giderinin zannedildiği kadar yüksek olmadığı görülecektir.

4. Soru: Verilecek primin bir limiti olmalı mıdır?

- Satıcının prim miktarına bir kısıtlama getirilmemelidir.
- Yani hedefler hangi oranda gerçekleşirse prim miktarı da o oranda yükselmelidir.
- İlave performans getiren bir satışçının primi de aynı oranda artmalıdır.

5.Soru: Prim hangi kriterlere göre verilmelidir?

- Prim için baz alınacak başlıca kriterler şunlardır;
 - Satış miktarı/Cirosu
 - Satış büyüme oranı
 - Açık hesap oranı
 - Ortalama tahsilat vadesi
 - Tahsilat kapama süresi
 - Karlılık oranı
 - Yeni müşteri kazanımı
 - Özel ürünler oranı
- Doğru ve etkin bir prim sistemi bu kriterlerin bir kaçına dayanır. Bunların aynı zamanda temel satış KPI'ları olduğu görülecektir.
- Ancak nereden başlanmalıdır denirse önerim performansı düşük olan ve iyileştirilmesi gereken KPI'dan başlanmalıdır.
- Prim sistemi aynı zamanda satış ekibine bir mesajdır. Şirket yönetiminin neye odaklandığını ve ekipten ne beklediğini gösterir.

6. Soru: Prim Sisteminde Olası Riskler Nedir?

- Prim sistemi iyi kurgulanmazsa bir KPI'da hedeflere ulaşılırken başka bir KPI'da zayıf kalınması mümkündür.
- Satıcılar öncelikle prim alacaklara KPI'lara odaklanırken diğerlerini ihmal edebilirler. Ki edeceklerdir.
- Örneğin sadece satış hedefine prim verilirse bunun yan sonucu cari risklerin yükselmesidir. Satış miktar artışından gelen karlılığın, batıklar veya uzayan vadeleri finanse etmesi mümkündür.
- Bu nedenle satış hedefini tamamlayacak şekilde ilave kriterlere de prim verilmelidir.

7.Soru:Prim hangi periyotta verilmelidir?

- Prim periyotları genelde
 - Aylık,
 - üç aylık,
 - altı aylık
 - ve yıllık olarak uygulanır.
- Ancak bunu belirlerken şirketin mevsimsel satış döngüsü ve ortalama tahsilat vadesi dikkate alınmalıdır.
- Önemli bir husus, satış ekibinin kısa periyoda (aylık, üç aylık) değil yıllık satış hedefine kilitlenmesidir.
- Bunun için belirlenen primin bir kısmının normal periyotta bir kısmının yıl sonu verilmelidir.

8.Soru: Prim sistemi nasıl takip edilmelidir?

- Prim sisteminin kuruluğu ve takibi için gerekli koğu Şirkette bir ERP sisteminin varlığıdır.
- Bu altyapı yoksa prim sistemi takibi ve yönetimi çok zor olacaktır.
- Yazılım altyapısı yeterli ise hedef gerçekleşmeleri ekip ile düzenli olarak paylaşılmalıdır.

9.Soru: Prim sisteminde suiistimal nasıl önlenebilir?

- Prim sistemi iyi takip edilmezse ve yönetilmezse suiistimal kesin olacaktır.
- Prim sisteminin başarısı şeffaf olarak uygulanmasına bağlıdır.
- Yani prim şartları her satışı için aynı olmalı ve yazılı olarak deklare edilmelidir.
- Kişiyeye özel ve gizli saklı prim uygulamalarının tek sonucu bitmeyen dedikodular ve suistimaldir.
- Bu takdirde kaç yapayım derken göz çıkarılabilir. Zararı faydasından yüksek olur.

10. Soru: Prim sisteminin başka sonuçları olur mu?

- Primin bazı ilave yan etkileri de vardır.
- Öncelikle ekipteki yıldız satışçıları açığa çıkartır.
 - Deneyimlerim iyi satışçıların görev odaklı değil, kazanç odaklı oldukları göstermiştir.
- İkincisi ekibinizin şirkete sadakatini sağlar. İyi satışçıların rakipleriniz tarafından avlanması kaçınılmazdır. Bunları kaçırmamak için iyi bir kazanç imkanı sunmalısınız.
- Üçüncüsü iyi bir prim sistemi ile sektörünüzdeki en iyi satışçıları kazanma ihtimaliniz vardır.
- Bu yönleri ile prim sistemi sürdürülebilir ve güçlü bir ekibin oluşmasını sağlar.

Başka?

- Prim sistemi kurmak ve uygulamak kolay değildir.
- Öngörülemeyen bir çok değişken çıkabilir.
- Bu nedenle birkaç yöneticinin bu işe dahil olması faydalıdır.
- Ancak doğru kurgulanmış bir prim sistemi ile pozitif sonuçlar alınacağı deneyimle sabittir.

Bayi
Kanalıyla
Büyüme
Danışmanlığı
Hizmetleri

- Bayilik sisteminizin
 - Mevcut durumunu tespit etmek
 - Bayilik sisteminde dönüşümü gerçekleştirmek
 - Bayilik sisteminizin rekabet gücünü arttırmak
 - Bayi kanalında satış potansiyelinizi geliştirmek için
- Danışmanlık hizmetlerimizden yararlanabilirsiniz.

Bayi
Kanalıyla
Büyüme
Danışmanlığı
Hizmetleri

- Yeni Bayi Yapılanması Danışmanlığı
- Bayi Yönetimi Danışmanlığı
- Bayi Denetimi Danışmanlığı

Bayi Yapılanma Stratejisi Geliştirmek

Sıfırdan Bayi Teşkilatı Kurmak ve Bayi Yayılımını Genişletmek

Yeni Bayi Yapılanması Danışmanlığı

- Bayi kanalı ile hedeflenecek iş hacmini belirlemek
- Bu hedefi gerçekleştirecek bayi sayısını bölge-il detaylı belirlemek
- Bayi bazında satış hedeflerini oluşturmak ve 5 yıllık satış hedefleri oluşturmak
- Şirkete, ürüne uygun doğru bayi adaylarının bulunacağı sektörler ve iş kolları tanımlamak
- Bayilik bölgelerini (bölge-müşteri-ürün bazlı) tanımlamak
- Bayi yönetim modelini detaylıca tanımlamak
- Bayi şirket ilişkisinin ticari ve hukuki statüsünü belirleyecek ve tanımlayacak olan bayilik sözleşmesi hazırlamak
- Bayi Yapılanması ve yönetimini sağlayacak satış ekibinin organizasyonu için planlama yapmak
- Bayi kazanımı için bir strateji ve model oluşturmak
- Bayi adaylarının değerlendirilmesi ve seçimi sürecinde kullanılacak bir analitik model geliştirmek
- Potansiyel bayi adaylarına sunulmak üzere “bayilik teklif paketi” hazırlamak
- Yeni bayilik aksiyonlarını planlamak
- Yeni bayilik görüşmeleri yapmak

Profesyonel dönemde yeni bayilikler açmış ve sıfırdan bayi teşkilatı kurmuş danışman olarak deneyimlerimi paylaşmaya hazırım.

Saha çalışmaları ile geliştirdiğim ve sınıdığım yöntem ve tekniklerim ile bu konudaki ihtiyaçlarınıza hızlı çözümler getirebilirim.

Yeni Bayi Yapılanması Danışmanlığı İçin Nasıl Çalışıyorum?



Kanal Üyeleri ile mülakat

Kanal haritasının çıkarılması
Kanal üyelerinin sorunlarının, beklentilerinin, ihtiyaçlarının analizi
Doğru bayi segmentlerinin belirlenmesi



Firma, ürün, müşteri, rakip analizi

Güçlü yanların ve avantajların tespiti
Boşlukların ve karşılanmamış ihtiyaçların tespiti
Rekabetçi bir yaklaşımın geliştirilmesi



Strateji Çalışması

Bayi Değer Önerisinin geliştirilmesi
Bayi Yönetim Politikalarının hazırlanması
Büyüme Planı
Bayi Teklif Paketi



Süreç Çalışması

Bayi yapılanma süreçlerinin kurgulanması
Bayi Sözleşmesinin hazırlanması



Uygulama Dönemi

Aktif bayilik çalışmasının başlatılması
Satış ekibi ile birlikte birebir veya toplantılar ile görüşmelerin yapılması
Aday havuzunun oluşturulması



Değerlendirme ve Seçim

Değerlendirme Kriterlerine göre adayların değerlendirilmesi
Sözleşmelerin yapılması

Bayilerin Satış Performansını Geliştirmek

Bayi Yönetimi Danışmanlığı

- Bayilik sistemini ve bayi yönetim politikalarını değerlendirmek ve revize etmek
- Bayi ticaret ilkelerini değerlendirmek ve geliştirmek
- Bayi performans sistemi kurmak ve bayi prim sistemi kurgulamak
- Bayilik sözleşmesini ve teminat politikasını değerlendirmek
- Bayi segmentasyonu yapmak
- Şirket ile bayiler arasındaki mevcut ve potansiyel çatışma alanlarını belirlemek
- Şirketin bayiler üstündeki gücünü değerlendirmek
- Bayilerin şirket karşısındaki gücünü değerlendirmek
- Şirketin güç uygulamalarını değerlendirmek
- Şirkete özel "bayi yönetim modeli" geliştirmek
- Sell-in ve Sell-out Stratejiler Geliştirmek
- Bayi Destek Programı geliştirmek
- Bayi Yönetim modeli ve reel yönetim pratiğini kurgulamak
- Bayilerde uygulanacak görsel kimlik unsurlarını belirlemek
- Bayilerde uygulanacak satış kolaylaştırıcı uygulamaları belirlemek
- Bayi geliştirme aksiyonları planlamak
- Bayi-şirket iletişimini düzenleyici kurallar önermek
- Bayi Yönetim Ekibini değerlendirmek

Bayilik sisteminizin satış etkinliğini ve müşteri erişiminizi arttıracak çözümler ile büyüme sürecinize destek oluyorum.

Bayilerin Satış Gücünü Tespit Etmek

Bayi Denetimi Danışmanlığı

- Kanal liderlik gücünün ölçümü
- Bayi sözleşmelerinin incelenmesi
- Bayi satışlarının analizi
- Bayilerin güçlü ve zayıf olduğu Pazar kesimlerinin belirlenmesi
- Bayilerin satış verimliliğinin analiz edilmesi
- Bayi performans sisteminin analizi
- Bayilerin kurumsal kimliğe uyum derecelerinin ölçümü
- Bayi ile şirket arasındaki mevcut ve potansiyel çatışma kaynaklarının tespiti ve analizi
- Bayi kanalının rekabetçi gücünün ölçümü
- Şirketin bayiler karşısındaki gücünün analiz edilmesi
- Şirketin güç uygulamalarının tespiti
- Bayilerin şirket karşısındaki gücünün ölçülmesi
- Bayi yönetim politikalarının analizi ve değerlendirilmesi
- Bayi geliştirme süreçlerinin değerlendirilmesi
- Bayi şirket iletişim süreçlerinin değerlendirilmesi
- Bayi sadakat programlarının incelenmesi
- Bayi tipolojilerinin tespiti ve analizi

Bayilik sisteminizi A'dan Z'ye değerlendirerek güçlü ve zayıf yönlerini tespit ediyor ve Satış potansiyelini geliştirecek çözümler sunuyorum.

Danışmanlık Tecrübelerim

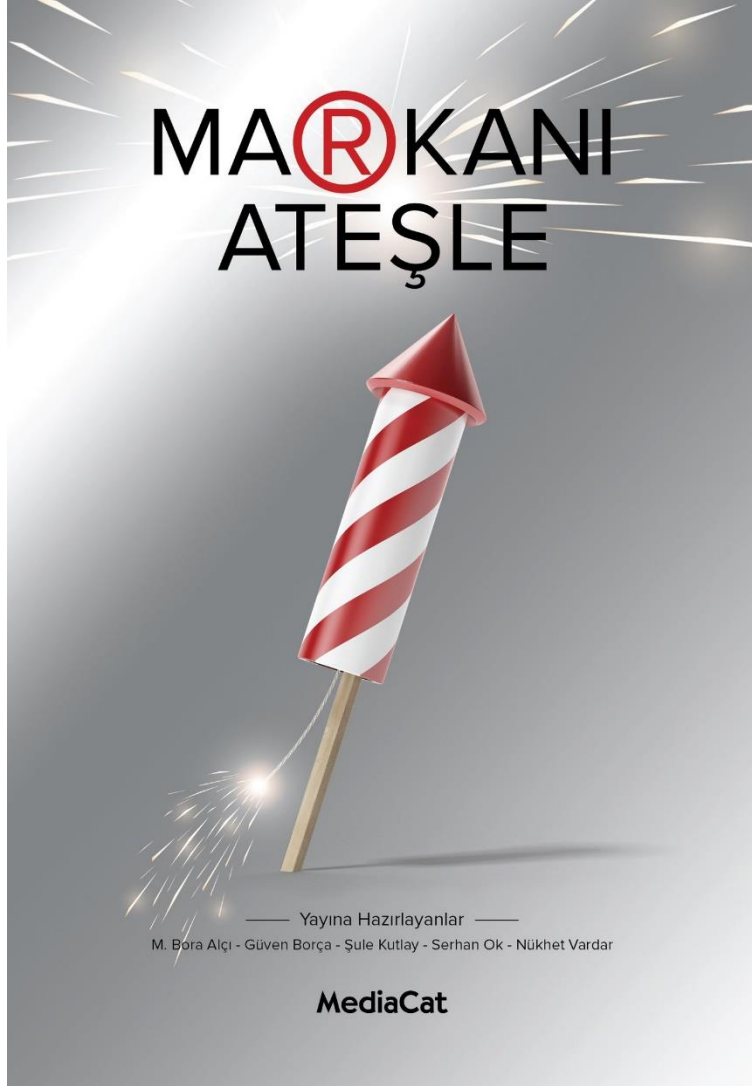
Firma/Marka	Sektör	Konu
Artaş	Endüstriyel Arıtma	Yeni Bayi Yapılanması ve Kanal Stratejisi
Furkan Ofset	Matbaa/Basım	Büyüme Stratejisi
DİA Yazılım	ERP	Yeni Bayi Yapılanması ve Kanal Stratejisi
Aktaş İnşaat	İnşaat	Yeni Bayi Yapılanması ve Kanal Stratejisi
AO Smith	Evsel Su Arıtma	Yeni Bayi Yapılanması ve Kanal Stratejisi
İhlas Ev Aletleri	Küçük Ev Aletleri	Bayilik Sistemi Reorganizasyonu
Vidco Yazılım	Yazılım	B2B Satış Stratejisi ve Satış Yönetimi
Filli Boya	Boya	Bayi/Kanal Stratejileri
Hekagro	Gübre-Bitki Besleme	Büyüme Stratejisi, Bayi Yönetimi ve Yapılanması, Satış Organizasyonu
May Tohum	Tohum	Marka Yönetimi (Markam)
Selva Gıda	Gıda	Marka ve Distribütör Yönetimi
Özanadolu Kimya	Tekstil Boyası	B2B Satış Stratejisi (Referans Noktası)
PMS	Plastik	Satış Yönetimi (Referans Noktası)
Gentest	Koruyucu Tıp	Marka Stratejisi
Libart	Mimari Sistemler	Büyüme Stratejisi
Oğuz Ambalaj	Oluklu Mukavva Ambalaj	Yeni Ürün Pazar Analizi ve Büyüme Planı
Çelikel Tarım Makinaları	Tarım Makinaları	Satış Yönetimi ve Organizasyonu

Bayi yapılanması ve bayi kanalıyla büyüme konusunda Türkçe'de ki ilk ve tek kitap!



“Büyüme için dağıtım ağının genişletilmesine, dağıtım ağının genişlemesi içinde yeni bayilere ihtiyaç vardır.” İyi yönetilen ve iyi kurulan bir bayi teşkilatı büyüme sürecinin en önemli halkasıdır. Bu kitapta bayi yönetiminin kritik süreçleri ve yeni bayi organizasyonunun nasıl kurulacağı 25 yıllık deneyimin ışığında değerlendiriliyor. Kitapta her sektörde uygulanabilecek bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır. Kitabın, bayi teşkilatı kurmak isteyen veya mevcut bayi teşkilatını geliştirmek isteyen firmalara kaynak olması hedeflenmiştir.

Katkıda Bulduğum Kitaplar



İletişim için;

Faruk Şener

Pazarlama Danışmanı

www.faruksener.com.tr

faruk@faruksener.com.tr

faruk_sener@hotmail.com

0.532.620 60 40

