



COMMUNICATION

İLETİŞİMİN VAR ETME GÜCÜ

Gülderen Somar / Bıçakçılar Kurumsal Pazarlama ve Strateji Direktörü

“Ülkeme ilk döndüğüm zaman, Migros’ta alışveriş ettikten sonra kasada beklediğim 10 dakika içinde benim arkamdaki hanım, torunum olup olmadığından, kirada mı oturup oturmadığıma kadar bir sürü özel bilgiyi ortaya çıkarmaya çalışmıştı ve çok şaşırmıştım.”

BAŞARININ TEMELİ ŞEFFAF İLETİŞİM

Dünyadaki en başarılı şirketlerin önemli özelliklerinden birinin iletişim gücü olduğunu biliyoruz. Bunun temelinde de bugünkü dünyaya uygun olarak şeffaf iletişim geliyor.

İngilizce’de “privacy” olarak belirlenmiş kelime aslında lisanımızda tam olarak karşılığını bulmamıştır. Bunun da en önemli sebeplerinden biri ülkelerin kelime haznelerinin kendilerine özel gelenekler ve düşünce tarzıyla belirlenmesidir. Örneğin, Amerika’da “privacy” kelimesi, bilhassa özel hayatta, çok önemlidir. Mesela işe alınanlara evli olup olmadığını veya yaşını sormak yasaktır. Ama iş hayatına gelince “privacy” hemen hemen hiç yoktur. Bugün bilgi almak istediğiniz bir Amerikan şirketi hakkında İnternet’te bulamayacağınız hiç bir şey yoktur.

Bizimle karşılaştıracak olursak, bu kelime tam aksi çalışır. Özel hayatımızda “privacy” hemen hemen hiç yoktur. İster aileler olsun, isterse işveren, özel hayatımızla ilgili her türlü soruyu sorabilir. Ama bir Türk şirket hakkında İnternet’te bilgi almaya çalışın, kesinlikle detayları bulamazsınız.

Ama şirketlerin kendi içine kapanık bilgi iletişimi bence iş hayatında yapılan en büyük yanlışlardan biridir.

Bu durum, ihracat yaparken ve bilhassa batı Avrupa ve Kuzey Amerika'da müşteriler aradığımız zaman oldukça önemli sorunlar çıkarmaktadır. Bu sorunlar iletişim bozukluklarına sebep olabileceği gibi olumlu algı yaratmakta da zorlamaktadır. Çünkü iş hayatının şeffaf olduğu batı dünyası, ülkemizdeki bir şirket hakkında bilgiler talep edilince en ufak bir duraklama, geç ve eksik bilgi vermek şüphe yaratmaktadır.

Bunu etkin iletişim ile nasıl hallederiz? Öncelikle kendimizi tanıtırken farklılıkları samimiyetle anlatmak gerekir.

Başka bir bakış açısı ile de ülkemizde etkin bir stratejik pazarlama uygulamasının yokluğu, birçok şirketin adeta "akıntıya kürek çekmesine" sebep oluyor. Bunun daha da ötesinde, ülkemizin, bilhassa imalatçı şirketler açısından markalaşmasına ve değer bazlı satışa engel oluyor.

Bunun birçok sebebi var ama en azından sebeplerden bir tanesini ortadan kaldırmaya uğraşabiliriz.

Etkin İletişim! İlk şartı, bilgi haznemizi devamlı geliştirmek



Gülderen Somar

Hangi sene üniversiteden mezun olursanız olun, etkin pazarlama için gerekli bilgiler daimi bir değişim içindedir. Bunun da en önemli nedeni, değişen teknolojilerle beraber "müşterilerin" de algılarının, isteklerinin, değişmesidir. Aynı zamanda küresel, ekonomik ve politik değişimler de iş sahasına yansayarak önemli sonuçlar doğurmaktadır.

Bu dinamik ortamda, etkin iletişimci olabilmenin ilk ve en önemli yolu devamlı araştırmak, okumak, analiz etmek ve stratejiler geliştirip bunları test etmektir. Bu da, ileriye daha iyi görmeyi ve daha etkin planlar yapmaya yol açar.

Başka bir söyleyişle, öğrenmenin sonu olmamalıdır. Bilgilerimiz devamlı yenilenmelidir.

Okumaya ve araştırmaya devam ettikçe, kelimeler çoğalır, iletişim etkinleşir ve zenginleşir. Sonucunda hedeflerimize daha çabuk yaklaşır, iş hayatında daha başarılı oluruz.

Pazarlama, bir iletişim mesleğidir. Ama iletişim dediğimiz zaman hemen aklımıza reklam gelmesin.

PAZARLAMANIN BELLİ BAŞLI İKİ TEMEL VE STRATEJİK ROLÜ VARDIR:

1. Şirket ile pazar arasındaki köprüyü kurup şirketin ileriye doğru ve karlı olarak büyümesini sağlamak
2. Hedef müşterilerin, satış elemanlarının koluna girmesine yardım etmek

Bu ne demektir?

Öncelikle, şirketi ileriye bağlayacak olan köprüye “stratejik pazarlama” diyoruz. Bunun oluşması ancak ve ancak devamlı ve yoğun bir bilgi hazinesi geliştirmek ve bunu devamlı olarak analiz edip stratejiler ortaya çıkarmakla mümkün olabilir.

İkinci önemli rolü de, hedef müşterinin satış elemanlarının koluna girmesini sağlamaktır ve bunun için de satış öncesi, güven, bağlılık, ihtiyaç gibi olumlu algıları şirketin “ismiyle” oluşturmak lazımdır. Bilinirliğini kuvvetlendirmek, güçlü ve faydalı özelliklerini anlatmak, ve asıl en önemlisi müşteriye satış elemanıya yola çıkması için etkin bir vizyon sunmaktır. Özet olarak, “sevgili müşteri, benim koluma girerseniz sizi önümüzdeki 5-10 senelik yolda daha da başarıya ulaştıracağız” diyebilmektir. Vizyonunuz, eğer müşterilerinize önemli bir değer vaat ediyorsa, onlar da ilk adımı size doğru atar ve size ihtiyacı olduğu için, size güvendiği için, vizyonunuzu paylaştığı için kolunuza girer.

Tabii ondan sonra şirket olarak bunların ispatlanması gerekir... O nedenle de, bu planlama, diğer birimleri de içine alan bir takım çalışmasından çıkmalıdır. Tüm bunların temeli etkin iletişimdir...

Doğru kelimeler, doğru cümleler, doğru zamanda ve doğru kanallarla gönderilen mesajlar ancak pazar bilgisi edinerek, müşteriyi tanıyarak, rekabeti anlayarak, teknolojiyi tartarak ve takım olarak yol haritasını dinamik bir hale getirmek ile mümkün olabilir.

İletişim becerilerinin önemi

Profesyonel ve kişisel yaşamın etkili ve başarılı olması için güçlü iletişim becerileri gereklidir.

Bir şirket açısından, iletişim, o kuruluşun var olması veya yok olması arasındaki en önemli çizgidir.

Eğer çalışanlar kuvvetli iletişim becerilerine sahip ise, o şirketin başarıya ulaşması daha çabuk, daha köklü ve daha uzun vadeli olur.

Aksini düşünürsek, zayıf iletişim becerileri, yanlış anlama ve hayal kırıklığına sebep olan, çalışan motivasyonunu azaltan ve müşterilerin şirket hakkındaki algısını bozan temel bir niteliktir ve aynı zamanda rakip firmalara güç kazandırır.

Aşağıdaki listede, Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan bir araştırmada, şirket çalışanlarında aranan en önemli becerilerin listesi var.

1	Communication	57.9%
2	Organization	56.5%
3	Teamwork	56.4%
4	Always Punctual	55.9%
5	Critical Thinking	55.8%
6	Social Skills	55.8%
7	Creativity	55.0%
8	Interpersonal Communication	55.0%
9	Adaptability	54.9%
10	Friendly Personality	54.6%

Bu unsurların hemen hemen hepsinde iletişime bağlı sonuçlar vardır.

Örneğin; Kritik düşünme, ileriye görebilme cesareti ile oluşur, bu cesareti bilgi zenginliği yaratır, aynı zamanda bireylere kendileriyle daha barışık olmalarını ve sonuç olarak takım çalışmasının da başarılı yürütülmesini sağlar. Özgür bir ortam yaratıcılığı pekiştirir. Çalışanlar arasında iletişim saygılı ve paylaşımcı hale gelir... Tüm bunların sonucu olarak da şeffaf bir iletişime geçebilmemiz **daha rahat olur.**

Niye bu kadar üstünde duruyorum bunun?

Çünkü ülkemizin iş hayatındaki en önemli zayıflığı iletişimdir bence. Diplomayı aldıktan sonra artık okuyup yazmaya lüzum yok diyen bir zihniyet var gibi... En üst kademelerden başlayarak hemen hemen her düzeyde birbirimizle etkin iletişim kurmakta zorlanıyoruz. Belki tüm nedenleri değiştiremeyiz ama değiştirebileceğimiz unsurlar da çok.

Etkili iletişim becerilerini nasıl geliştirebiliriz?

- 1. Dinlemek** -İyi bir iletişimci olmak, öncelikle iyi bir dinleyici olmakla başlar. Aktif dinleme (sadece duymak değil) başkalarının söylediğini daha iyi anlamak, açık olmayan konularda cevap vermeden sorularla açıklığa kavuşturmak çok önemlidir.
- 2. Öz mesajlar verebilmek** - Mümkün olduğunca az kelime ile ama kuvvetli anlam taşıyan kelimelerle mesajınızı iletme. Amacımız, karşınızdakilerin bizi açık olarak anlayabilmesi
- 3. Beden Dili** - İyi bir vücut duruşu, samimi bir ses tonu, karşınızdakilerin dikkatini sizin sözlere çekeceğinden şüpheleniz olmasın.
- 4. Kendimize Olan Güven** - Kendinizden emin olarak, ama karşınızdakini küçültmeden, onlara değer verdiğinizi hissettirerek konuşabilmek,
- 5. Açık fikirlilik** - Aynı fikirse olmanız dahi, iş arkadaşlarınızın söylemek istediğini sonuna kadar dinleyebilmek ve neden onunla aynı fikirde olmadığınızı sorular sorarak anlatmaya çalışmak ve beraberce ortak bir sonuca gidebilmek
- 6. Saygı** - Başkalarının söylediklerine saygılı olmak, iletişimin en önemli bir yönüdür. Saygılı olmak sadece karşınızdaki dikkatle dinlemekle de olur. Saygılı bir iletişim sonucu karşınızdaki de sizi dinleyecek ve daha verimli bir sonuç alabileceksiniz.
- 7. Doğru kanalları kullanmak** - İletişimi gerçekleştirmek için artık birçok kanal var hayatımızda. Ama bu kanalların seçimi ve kanallar yoluyla gönderilen kelimeler de en az kanallar kadar önemli.

Sonuç olarak...

Etkin iletişim işyerinin başarı temelidir.



İşyerinde kötü iletişim ise uzun vadede sakatlayıcı bir unsurdur ve aşağıdaki sonuçları doğurabilir:

- **Şeffaf ve düzenli iletişim eksikliği**
- **Önemli mesajları iletmek için yanlış kanallar kullanılması**
- **Pasif-agresif iletişim**
- **Takip ve dikkat eksikliği**
- **Diğerlerini suçlamak ve hatta korkutmak**
- **Dinlemekten vazgeçmek**

Ülkece birçok zenginliklere sahip bir topluluk olarak, değerlerimizi dünyaya açmak, iş hayatında küreselleşmeye gitmek için bu konuya özen göstermemiz gerekiyor.