



"KALİTE" KELİMESİNİ BOŞA HARCAMAMAK

Gülderen Somar / Bıçakçılar Kurumsal Pazarlama ve Strateji Direktörü

QUALITY
QUALITÉ
QUALITÄT
CUALIDAD
KALİTE

KALİTE NEDİR?

"Kalite" kelimesi, birçok dilde, en yaygın olarak kullanılan, ama yanlış yorumlanmaya en açık kelimelerden biridir. Bu da, B2B pazarlamada, satış ve pazarlama sorumluluğu alanlar açısından iletişim tembelliğine yol açmasına sebep olmuştur diye düşünüyorum.

Birçok dilde, kalite kelimesi benzerlik göstermektedir:

İngilizce: quality

Fransızca: qualité

Almanca: Qualität

İspanyolca: cualidad

Türkçe: Kalite

Webster's Sözlüğüne göre kalite kelimesinin tanımı üç değişik şekillerde açıklanıyor; kendine özgü ve temel nitelik; bir doğal özellik ve mükemmellik derecesi.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü ise, kalite kelimesini nitelik olarak tanımlıyor ve yukarıda belirtilen "mükemmeliyet" açıklaması yapmıyor.

Çoğunlukla, iş dünyasında en çok kullanılan sonuncusu olmalı.

Paradoksal olarak, kalite kelimesi farklı kişilere farklı şeyler anımsatabilir. Hatta sonuncusu kullanıldığında (mükemmellik derecesi) bile, çeşitleri algılar oluşturabilirsiniz.

Sonuçta, mükemmeliyetin anlamı herkes için aynı değildir.

Örneğin B2C'deki bir tüketici, yüksek fiyatla bir Louis Vitton çanta satın alırsa, bu onun için bireysel bir karardır ve aldığı ürünün kalitesi ona göre verdiği fiyatı eşleştirir...

Tüketici, çok kaliteli bir ürün satın aldığına ikna olmuştur ve bu kalitenin neyi ifade ettiğini de sadece kendisi bilir ve bu karar onun için hiç bir risk taşımaz çünkü bireysel tercihler söz konusudur.

B2B çok farklıdır.

Bir makine veya ham madde veya yazılım veya hizmetler gibi şeyleri tedarikçi olarak başka bir iş yerine satmanın iki taraf için de riskleri vardır. Satın aldığı ürün veya hizmetler söz verildiği gibi sonuçlar vermezse ve satın alınan ürün ve hizmetler müşterinin işine fayda sağlamazsa, her şeye yeni baştan başlamak zorundadır.

B2B'de uzun süren satış müzakereleri de bu riski daha da artırır.

Bu nedenle, sadece "kalite" kelimesini kullanarak "bizim ürün veya hizmetimiz kalitelidir" demek tamamen boşa harcanmış bir cümledir.

Bu kelimeyi etkin kullanmanın yolu aşağıdaki adımları atarak olabilir:

1. Hedef pazar beklentilerini anlamak için kapsamlı piyasa araştırması yapmak
2. Elde edilen beklentilere göre pazarın dilimlendirilmesi
3. Benzer beklentileri, aynı hedef müşteri gruplarında toplamak ve coğrafi olarak belirlemek
4. Bu gruplanmanın sonucu ortaya çıkan beklentileri, sıfatlar kullanarak, değer teklifi haline getirmek ve kalite kelimesini faydalarla eşleştirerek etkin iletişim oluşturmak
5. Son adım ise kendimizi kanıtlamak: "Mükemmelliği", kurduğumuz iş modelimizle ve referanslarla anlatmak ve müşteride güven algısını oluşturmak, yol haritamızı onunla da paylaşmak

O zaman hedef pazar, duymak istedikleri şeyleri duymaya başlayacaktır.

Buna ek olarak, onların işlerini iyi bildiğimizi görecektir, bizi uzman olarak kabul edecek ve bizden satın aldığı şeylerin, fiyatın ötesinde bir değeri olduğunu anlayacaktır...



Gulderen Somar

Başka bir deyimle müşterinin lisanını konuşmak...

Kalite kelimesini, herkes için aynı algıyı yaratmış düşüncesiyle kullanmamamız gerekir. Bilgi bolluğu, kuvvetli öngörüler ve geleceği etkin hesaplayabilmek, müşterilerle ortaklık ilişkisi kazanmamıza yardım eder. Bu da paha biçilmez bir kazançtır, çünkü sürdürülebilirliği sağlar...

Aksi takdirde, B2B’de, sadece fiyatla rekabet etmeye devam eder, uzun vadeli büyüme imkanlarımızı ortadan kaldırmış oluruz.
