

K♥lp

Satış Etnografyası Nedir?



nedir?

Müşteriyi yalnızca “para veren” veya “tüketen” olarak değil, bir kültürün, bağlamın ve davranış biçiminin parçası olarak anlamaya odaklanan bir yaklaşımdır.

Veri analitiği ve müşteri içgörülerini bize insanların ne yaptığını gösterir, etnografi ise neden yaptıklarını anlamamıza yardımcı olur.

neden?

- normların, akımların, geleneklerin ve değerlerin müşterinin tercihlerini nasıl şekillendirdiğini anlamak
- müşterinin dile getirilmemiş ihtiyaçlarını ve gerçek motivasyonlarını belirlemek
- marka hikaye anlatımını güçlendirmek
- hedef kitleyle daha derin ve anlamlı bağlar kurmak



1.Etnografik Gözlem ve Dinleme

Sadece mevcut verilere güvenmek yerine müşterilerin ürün veya hizmetle gerçek hayatta nasıl etkileşime girdiği gözlemlenir. Söyledikleri kadar söylemedikleri de analiz edilir, müşterinin davranışları, ritüelleri, karar alma şekli ve duygusal tepkileri yakalanır.

Örnek1: Müşterinin ürünü kendi iş akışında nasıl kullandığını analiz etmek

Örnek2: Şikayetler, "keşke şöyle olsa" dediği noktalar, rakibi övdüğü detaylar, markanızla ilgili örtük beklentiler

2. Etnografik Analiz

Satış davranışlarındaki örüntüleri ve eğilimleri belirlemek için satış metrikleri ve ilgili veriler analiz edilir. Müşteri geri bildirimleri, satış görüşmelerindeki itirazlar, dönüşüm oranları ve satış döngüsünün uzunluğu gibi metrikler incelenerek sürecin güçlü ve zayıf yönleri ortaya çıkarılır.

Örnek1: Belirli bir ürünün demo sonrasında %40 daha fazla satın alındığını keşfetmek

Örnek2: Satış kayıplarının büyük kısmının belirli bir aşamada gerçekleştiğini fark etmek

3. Etnografik Tasarım

Yapılan gözlem ve analizlerden elde edilen içgörüler doğrultusunda müşteri odaklı çözümler tasarlanır. Bu aşamada, satış stratejisi, ürün sunumu, iletişim dili veya hizmet akışı müşterinin gerçek ihtiyaçlarına, davranışlarına ve duygusal motivasyonlarına göre yeniden şekillendirilir.

Örnek1: Müşterilerin güven aradığı tespit edildiyse vaka çalışmaları, başarı hikayeleri ve teknik doğrulama dokümanları hazırlanabilir.

Örnek2: Müşterilerin en çok belirli özellikler etrafında toplandığı fark edilirse, o özellikler yeni bir paket haline getirilebilir.

4. Döngüsel İyileştirme

Tasarlanan müşteri odaklı çözümlerin performansı sürekli olarak izlenir. Etnografik yaklaşım döngüseldir. Uygulama sırasında elde edilen yeni gözlemler tekrar analize dönüştürülür ve satış stratejisi sürekli olarak optimize edilir.

Örnek1: Müşterilerin güncellenmiş sunumun dönüşüm oranlarına etkisi takip edilir, hangi slaytta ilgi düştüğü, hangi bölümde sorular arttığı gözlemlenir ve içerik revize edilir.

Örnek2: Vaka çalışmalarının satışları artırıp artırmadığı ölçümlenir ve gerekirse içeriğin formatı veya anlatısı yeniden düzenlenir.

K♥lp

Gerçek içgörüler, gerçek büyüme getirir.

Müşteriyi anlamak, satışın en değerli yolu.

İçgörülerle hareket edin, fark yaratın.

