

### **Kulaktan Kulağa Reklam. Bedava Para?**

Müşteriler konuşur fakat siz ve şirketiniz hakkınızda hikayeler uydurmazlar; bu hikayeleri siz yaratırsınız. Müşterilerin yaptığı şey hikayeyi yeniden anlatmaktır. Hikayelerin içeriği ve müşterin bu hikayeleri nasıl anlatacağı size bağlıdır. Onların yorumları ve algılayışlarının yanı sıra, sizin yaptıklarınıza ve verdiğiniz tepkilere bağlıdır. Bu hikayeler, insan türü için bilinen en güçlü reklam biçimi olan kulaktan kulağa reklamın temelini oluşturur. İş dünyasının %50'den fazlasının reklamın bu biçimine dayandığı tahmin ediliyor.

Arkadaşlarımızın tavsiyeleri üzerine sinemaya, restorana gideriz ve kitaplar **satın** alırız ya da bunları yapmayız (**kulaktan kulağa** reklam). Birbirimizden tavsiye istediğimizde, bu tavsiye kişisel deneyimimize ve diğerlerinden "duyduklarımıza" göre verilir.

Örnek:

"Sen sık sık uçuyorsun. Ankara'ya gidiyorum da, hangi havayolunu tercih etmeliyim?"

Olası üç cevap vardır:

- Bir tavsiye: "... Havayolları en iyisi."
- Hiçbir şey: "Hım, bilmiyorum ki, hepsi aynı."
- Bir olumsuz tavsiye: "... Havayolları dışında hepsi."

Hizmet deneyimi iyiyse, müşteri etkin şekilde bir şey söyletmeyebilir ama eğer deneyimi kötüyse, bunu bir sohbetin ilk beş dakikasında anlatacağına iddiaya girebilirsiniz.

Müşteri hizmetlerinin yarattığı kötü sonuçların gerçekliği verilebilecek en gerçek ve en değerli derstir; çünkü ön saflarda bulunan bir çalışanın anlatmaya değer bir deneyim yaratarak milyar liralık bir şirketin satışlarını nasıl artırabildiğini göstermektedir, çünkü bu olayın sizin başınıza geldiğini düşünerek kendinizle özdeşleştirebilirsiniz ve çünkü işinizin geleceği buna bağlı.

**Kulaktan kulağa reklam, müşterilerin bir işlem yaptıktan sonra bir işi nasıl göklere çıkarabileceğini veya yerin dibine sokabileceğini incelemek için klasik bir fırsat yaratır.**

İş dünyasının %50'si kulaktan kulağa reklama dayandığına göre, sizin hakkınızda neler söyleniyor?

Hakkınızda konuşulmasını sağlamanın tek gerçek yolu, hatırdaki kalan etkiler ve durumlar yaratmaktır. Mükemmel hizmet sizin ne olduğuna inandığınız değil, müşterinizin algıladığıdır.