



Oğuz Saygın'dan OGS Şifreleriyle Satış Yöntemleri

aynur şenol

aynur@kisiselgelisimdergisi.com

Kişisel Gelişim uzmanı Oğuz Saygın geliştirdiği OGS şifreleri ile kendi deyimiyle insanların zihinsel otoyollarına giriyor. Pazarlama stratejileri içinde bir marka olmaya aday dediği OGS şifreleriyle satış yöntemi sayesinde müşteriyi bilinçaltına verilen mesajlarla ikna edilebileceğini söyleyen Saygın, bu yolla direkt olarak verilen mesajlardan çok daha başarılı olacağını savunuyor.

Köprü ve otoyollardan çok geçenler bilir OGS'nin ne anlama geldiğini. Otomatik Geçiş Sistemi olarak adlandırılan OGS, nakit gişelerinde sıra beklemek yerine, zamanı daha verimli kullanmak ve beklemek istemeyenlerin kullandığı bir yöntemdir esasen. Oğuz Saygın da bu yöntemden hareketle 'ikna teknikleri' açısından en başarılı yöntem dediği OGS şifrelerini

ortaya atıyor. "Eğer insanların zihinsel otoyollarında rahatlıkla geçebileceğiniz OGS şifrelerinize sahipseniz onu iknaya götürebileceğiniz birçok yol vardır" diyen Saygın, bu şifrelerin bilinçaltına hitap eden şifreler olduğunu vurguluyor. Zaten ona göre inanları ikna etmenin en önemli yollarından biri bilinçaltına hitap etmek. Saygın bu şifrelerin neden kullanılması gerektiğini şöyle özetliyor:

"İnsanların bilinçli beyinlerini ikna etmek oldukça güç, çünkü genellikle bu yollar kapalı. Bunun temel sebebi de insanların kararlarını duygularıyla veriyor olmaları. Duygularla verilen kararlar daha sonra mantık tarafından onaylanıyor, daha doğrusu mantık duyguların verdiği kararların 'doğru' olduğuna inandırılıyor. Bu nedenle kesinlikle ve kesinlikle bilinçaltına göndermeler yapacaksınız. Asla şunu yap ya da şunu yapma



İkna bir sanattır.

demeyeceksiniz. İkna bir sanattır. İnsanlar hiçbir zaman birisi istedi diye kararlar almak, dolduruşa gelmek istemezler."

Biz de "İkna tekniklerini çok iyi bildiğinizde herkese her şeyi yaptırabilirsiniz" diyen Oğuz Saygın geliştirdiği yöntemlerini sorduk.

Geliştirdiğiniz ve bir marka olacak dediğiniz OGS şifrelerinden bahseder misiniz? Nedir bu şifreler?

İnsanların bilinçli beyinlerinin 'hayır' diyeceği şeylere, bilinçaltından girerek 'evet' dedirebilmektir OGS. Duygulara hitap etmektir. İnsanların duygularına hitap edecek şifreleri yani mesajları iletebilmektir. İnsanların duygularına hitap edecek hemen her şey OGS şifresidir diyebiliriz.

Bilinçli beynin hayır demesi derken...

Mesela herhangi bir şekilde bir

satış yapacaksanız ve "Ben bunu satmak istiyorum" mesajını direkt olarak verirsiniz, insanların bilinçli beyni otomatik olarak 'hayır, almayacağım' cevabı verir. Hiç kimse bir başkasının kendisini zorlamasıyla ya da direkt olarak yönlendirmesiyle bir şey almak istemez. Orada zıtlık özelliği vardır çünkü. Özellikle gençlerde görebiliriz bunu. Çünkü onlar anne, babalarının istediklerini yapmak yerine, özellikle onların istemediklerini yapmak isterler. Burada da aynı etki söz konusu.

Pazarlamada OGS şifrelerinin çok işe yarayacağı görüşünderiniz. Pazarlamada nasıl işe yarar bu şifreler?

OGS şifrelerindeki temel nokta karşı tarafın size sorular sormasını sağlamak. Böylece bilinçaltına bir takım mesajlar göndererek ürününüzü ya da hizmetinizi "satmak" yerine müşterinin almasını

sağlarsınız. Bu yöntemlerle talep ilk olarak müşteriden geliyor. Kısacası müşteriyi soru sormaya yönlendirerek, ürünü anlatmak ve onu satmak.

Nasıl sorular bunlar peki?

Bir örnekle açıklayayım bunu. Mesela bir kitap fuarında, kitabımın olduğu standı inceleyen kızlar gördüm. Onlara yaklaşarak, "Bu kitap benim hayatımı değiştirdi." dedim, nasıl yani dediler. Çünkü o kitabı ben yazdım dedim. Herkes kitabı satın aldı. "Bu kitabı yazdım ve satıyorum, alın." deseydim aynı etkiyi göstermezdi.

Uyum yoksa ikna da yoktur satış da

OGS şifrelerini kullanabilmek için olmazsa olmazın karşı tarafla sağlanması gereken uyum ve ahenk olduğuna dikkat çeken Saygın,

ancak bundan sonra kişinin bilinçaltına hitap edebileceğimizi anlatıyor. Nerede uyum ve ahenk sağlamalıyız dediğimizde de, "Beden dilinde, konuşma hızında, ses tonunda, nefes alış-verişte, kullanılan kelimelerde, değer ve inançlarda." cevabını alıyoruz Saygın'dan.

Bahsettiğiniz ahengin sağlanması için yani kişinin beden dili, konuşması özellikle de inanç ve değerleri noktasında iyi bir analiz ve gözlem gerekli. Bu nasıl yapılabilir? Analizin başarılı olma şansı nedir?

Bazı sorular sorarak bu uyum sağlanabilir. Neye bakacağımıza bilerseniz bulursunuz. Kişinin söylediklerinden ya da davranışlarından bunu anlarsınız. Ya da hangi cevabı alacağınızı bildiğiniz sorular sorarak da bunu söyleyebilirsiniz.

Kişinin değerlerinden bahsettiniz. Sahip olunan değerler pazarlamada ne şekilde kullanılabilir?

Kişinin değerlerini iyi gözlemek gerek. Mesela sağlığa mı önem veriyor, o zaman sağlıkla ilgili ürünleri ona satma olasılığınız yüksektir. Ya da sağlığına önem vermiyor, ama ailesine önem veriyor. O zaman ailesinin sağlığıyla alakalı göndermeler yapabilirsiniz. Ve böylece kendi sağlığını düşünmese de sırf ailesinin sağlığı için bir sağlık ürününü satın alabilir. Değerler sıralaması çok önemli, onun hangi değerlere sahip olduğunu bilmek burada çok işe yarar.

Ortak noktalar da yakalamak önemli sanırım.

Kişiyi ortak sevilen bir şey mutlaka vardır. Ya da ortak bir düşman vardır. Vergiler ya da zamlar ortak düşman olabilir mesela ya da aynı takımı tutuyorsunuzdur. Burada ortak yanı bulabilmek sizi sonuca götürür. Siz karşı tarafa eğitiminizle, kariyerinizle, deneyiminizle ilgili mesaj vermek istediğinizde bunu direkt olarak verirsiniz yine bir karşıtlık oluşur. O nedenle kendinizi övmek yerine, belirli noktaların

İkna bir örnek:

NLP'nin kurucuları Richard Bondler, John Grinder çok başarılı olan insanlarla görüşüp konuşmak istiyorlar. Bu insanlar nasıl başarılı oluyorlar bunu anlamaya çalışıyorlar. Bilinçaltı kurgulamaları en iyi kullanan kişi Milton Erikson ile görüşmek istiyorlar, ona ulaşıp, "Sizin fikirlerinizi alıp, insanlara yaymak istiyoruz." diyorlar. Milton Erikson bu teklifi kabul etmiyor, vaktim yok diyor, farklı bahaneler buluyor. Bunun üzerinde London ve Grinder, Milton Erikson'un metotlarını inceliyorlar ve onun kullandığı dil kalıplarını araştırıyorlar. Araştırmaları sonucunda Erikson'un hiç kimseye emir kipi kullanmadığını fark ediyorlar. Daha sonra da ona telefon edip, "Bay Erikson büyük dahiler kendi fikirlerinden diğer insanları da yararlandırır." diyorlar. Bu onun kullandığı metod, telefon Erikson'un elinde kalıyor ve ertesi gün gelin, görüşelim diyor. İşte NLP böyle doğuyor.

önemine dikkat çekerseniz başarılı olursunuz. Küçük hikâyeler anlatmak da bilinçaltına mesaj



Bir takım göndermeler yapıp, yorumu kişiye bırakarak başarılı bir pazarlama sağlanabilir.

göndermenin en güzel yoludur. Hikâyelerin içindeki ayrıntıları kullanarak, çeşitli imalar yapılır ve

mesaj gönderilir.

Ne gibi hikâyeler?

Danışmanlık hizmeti almak için çocuklarını getirenler oluyor. Ancak bazen bakıyorum ki, çocuk yerine anne, babaya danışmanlık yapmak gerekiyor. Onlara hikâyeler anlatıyorum ve onların mesaj almasını sağlıyorum. Korumacı anne babalar için anlattığım bir hikâyeye vardır mesela: Bir baba-oğul çiftliklerinin bahçesindeyken, çitlerin arasından içeriye giren sahipsiz bir at görüyorlar. Atı sahibine götürmeye karar veriyorlar. Küçük çocuk bunu nasıl yapacaklarını merak ederken, atı alıp yola çıkıyorlar. At su içmek ya da yol kenarlarında bir şeyler yemek için yoldan her çıktığında onu tekrar yola koyuyorlar. Bir süre sonra at yol üzerinde bir çiftlikten içeriye giriyor. Sahibi atı görünce oldukça şaşırıyor. "Bu atın benim olduğunu nereden anladınız." diyor. Onlar da biz sadece yolda tuttuk, o kendisi geldi" diyorlar. Onlara "çocuğunuzu

İkna ve satışta etik değerlerden bahsederseniz, bize neler anlatırsınız?

İkna ve satış birbiriyle çok bağlantılı şeyler. İkna satış demektir. Bunu etik değerler içinde yapmak gerekir. Gücü etik olarak kullanmak gerekir. Böyle yapılmadığı takdirde bir defa o ürünü satabilirsiniz. "Kazan-kazan" ilişkisi olması gerekli. Eğer karşı tarafın ürüne geçerken ihtiyacı yoksa ve o ürünün faydasını görmeyecekse, bir defalık satış olur o.

Satış yapan kişinin dış görünüşü, hal ve hareketleri de bir etkidir mutlaka satış konusunda, öyle değil mi?

Evet, burada özellikle gülümsemenin çok büyük etkisi var. Bu etkileri 4 tane olarak açıklayabiliriz. Mesela gülümsemek karşı tarafın kabul edildiği anlamına gelir. Bu satışta oldukça önemlidir. Bir diğer özelliği özgüven belirtisidir, kendine güvenen kişi karşısında da güven yaratır. Gülümseyen kişi mutluluğunu yansıtır. Bu da başka bir etkidir. Sonucusu da enerji ve coşku belirtisidir.



OGS en çok reklâmcılıkta kullanılıyor. "Yoksa siz hala annenizin margarinini mi kullanıyorsunuz!" sloganında olduğu gibi.

İkna Etmede "6 İ kuralı"

Oğuz Saygın bir kişiyi ikna etmek için olması gereken 6 İ'den bahsediyor. Bunlar olmadan insanları ikna etmeye çalışmayın! Bir kişiye ürün ya da hizmet satacaksınız veya danışmanlık yapacaksınız, bunları başarıyla o kişiye pazarlamanız için bu 6 İ'nin olması gerekiyor.

1. **İhtiyaç:** Kişinin ürüne gerçekten ihtiyacı var mı? Eğer ihtiyacı yoksa bir defalık bir satış olur bu ve başarısız bir pazarlamadır.

2. **İstek:** Ürünü almak için istek duyuyor mu?

3. **İtimat:** İtimat duyuyor mu? İnsanlar ürünleri satın almazlar, sizi satın alırlar. Yani sizin şahsiyetinizle ilgili olan kısma verirler o parayı. Neden o ürünü başkasından değil de sizden alıyorlar? Demek ki burada önde olan sizin şahsiyetiniz, ürün değil.

4. **İnanç:** Ürün ya da hizmetin kendisine olumlu katkılar sağlayacağına inanıyor mu? Kişilerin hayal etmesini sağlamak önemli o nedenle bazı görüntüleri onların gözü önünde canlandırmak, pazarlamada başarıyı sağlayan başka bir etkidir.

5. **İradesini:** İradesini kullanmaya hazır mı? Herhangi bir şekilde bir yardım ya da danışmanlık sağladınız. O bunun devamını getirebilecek mi?

6. **İltifat:** Kişi alacağı hizmet ya da ürün konusunda maddi ya da manevi karşılık verecek mi? İnsanlar bedel ödedikleri şeyin değerini biliyorlar. Mesela ücretsiz dağıtılan gazeteler çoğu zaman çöpe giderken, para verilip alınan gazeteler bırakılmaz.

Kırmızı bir aslan düşünmeyin

Beyin olumsuz ekleri algılamaz! Hiç konuşmak istemeyen, depresyondaki bir kişiyi ikna ederek konuşmanın bile yolları vardır. Mesela danışmanlık hizmeti verdiğim bir genç kıza kısık bir sesle 'Konuşmak istersen seni dinlemeye hazırım' dedim. Çünkü depresyondaki insanlar yüksek sesle konuşulmasından hoşlanmazlar. Ardından da 'İstemiyorsan bana hiçbir şey anlatma ya da çok az anlat. İster anlat, ister anlatma bu tamamen sana kalmış' dediğimde de anlatmaya başladı. Anlat kelimesi o kadar çok geçti ki cümlelerimde, o yüzden anlattı. Anlatma dediğimi ise duymadı bile. Beyni sadece anlat dediklerimi algıladı. Çünkü beyin olumsuz ekleri almaz. Bu da iknada çok işe yarar. Mesela size kanatları olan kırmızı bir aslan düşünmeyin desem, aklınıza ilk gelen kanatları olan kırmızı bir aslan olur.

Güvenilirliği artırmanın 7 yolu

Satış yapan bir kişi için olmazsa olmazlardan bir tanesi 'güven' vermek. Oğuz Saygın güvenilirliği artırmanın 7 yolu olduğunu söylüyor, ancak tek şartla bütün bu kuralları yerinde, zamanında ve dozunda kullanılmalı.

1. **Kariyerinizi, eğitiminizi ve deneyiminizi vurgulayın.** Dolaylı yollardan anlatmak önemli burada...

2. **Konuşmalarınızı akıcı bir şekilde yapın.** Çok fazla duraksamayın konuşmanızda. Öyle olduğu durumlarda konuyu biliyorsunuz havası yaratabilirsiniz.

3. **Konuşma hızınıza dikkat edin.** En ideal konuşma hızı normalin biraz üzeridir.

4. **Kanıtlara değinin.** Ürünlerle ya da hizmetlerle alakalı belli bilgilere yer verin. Belli başarılarınıza göndermeler yapın.

5. **Karşı tezlerden bahsedin.** Hiçbir şey dört dörtlük değildir. Bazı olumsuz ya da eksik yönleri de olabilir. Bunlardan da aşırıya kaçmamak şartıyla bazı göndermeler yapılabilir.

6. **Karizmatik ve sempatik olun.** Biz nedense karizmatik olan birisinin, sempatik olamayacağını düşünmüyoruz. Aslında öyle değil. Mesela Cem Yılmaz Türkiye'nin en karizmatik insanlarından birisi.

7. **Küçük hikâyeler anlatın ve mizahı kullanın.**