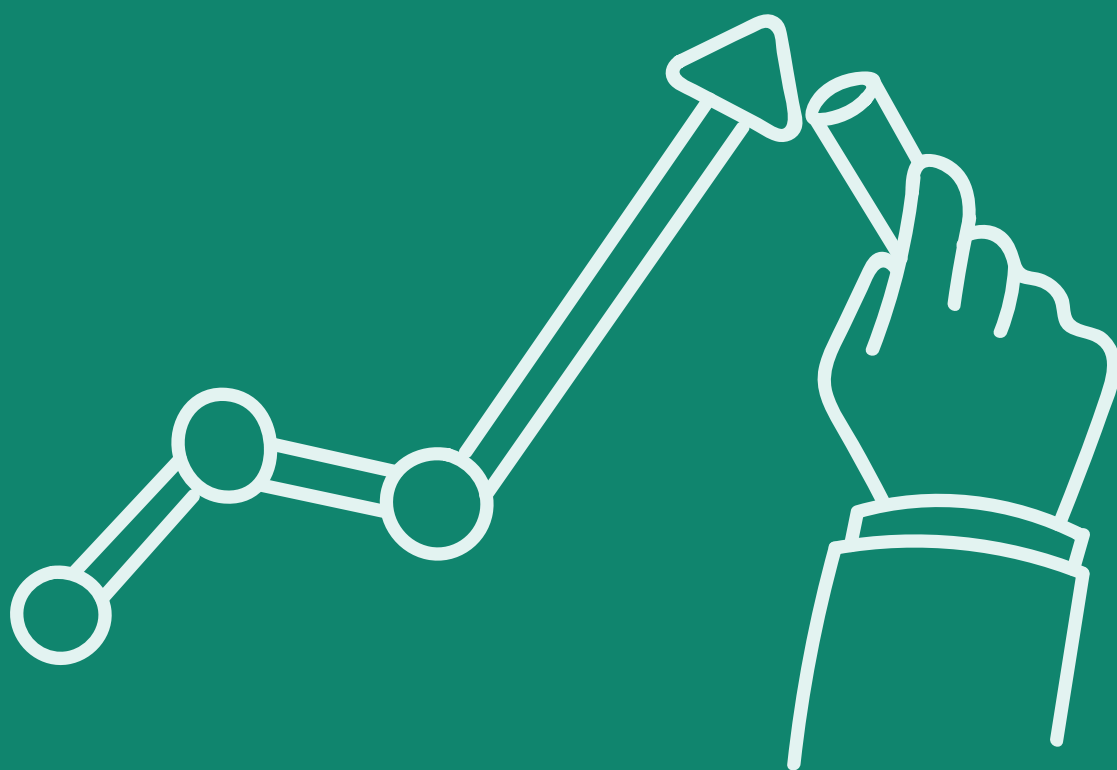


# رازهای فروش بیشتر در موسسات آموزشی



۳۱ رازی که درآمد موسسه آموزشی‌تان را تضمین می‌کند

رازهای فروش بیشتر در موسسات آموزشی  
تیم تولید محتوای دیدار  
سارا رنجبران  
گلریز اندیشه‌فر  
ساجده مختارپور  
زمستان سال ۱۴۰۰  
ابریدازش دیدار  
فروش و بازاریابی

عنوان کتاب  
گردآوری و ترجمه  
به سرپرستی  
گرافیک  
صفحه‌آرا  
زمان انتشار  
ناشر  
موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش **دیدار** می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

**توجه!**

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «رازهای فروش بیشتر در مؤسسات آموزشی» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دانلود کتاب از سایت دیدار](#)

۱۳۱ رازی که مؤسسات آموزشی از آن  
استفاده می‌کنند

صنعت آموزش چالش‌ها و سختی‌های خاصی دارد. تعداد مدارس، مؤسسات آموزشی و آموزشگاه‌ها خیلی زیاد شده است. سال‌ها قبل فقط با مؤسساتی که در حوزه‌ی منطقه‌ی خودتان فعالیت می‌کردند، رقیب بودید؛ اما بعد از شیوع کرونا و متداول شدن آموزش آنلاین، دیگر کسی مجبور نیست که در مؤسسات آموزشی شهر یا منطقه‌ی خودش تحصیل کند. به‌عنوان مثال کسی که در همدان زندگی می‌کند، می‌تواند در کلاس‌های آموزشی یک موسسه در شهر تهران درس بخواند.

بگذریم. قطعاً شما بهتر از هرکسی با این مشکلات دست‌وپنجه نرم می‌کنید و نیازی ندارید که کسی آن‌ها را برایتان تکرار کند. ما هم چنین قصدی نداریم. برعکس، هدف ما این است که به شما یاد بدهیم چطور در شرایط اقتصادی ایران و دنیای مدرن امروزی، بیشتر درآمد داشته باشید!

پس مقدمه‌چینی نمی‌کنیم و به سراغ اصل مطلب می‌رویم.

## ۱. به جزئیات توجه کنید.

مشتری‌ها به نکات ریز و جزئی، خیلی توجه می‌کنند. شاید به نظرتان مهم نباشد، اما اینکه همیشه با انرژی و علاقه صحبت کنید، لباس مناسب و مرتب بپوشید، سر وقت حاضر شوید و زبان بدن درستی داشته باشید، خیلی مؤثر است. لبخند زدن را فراموش نکنید.

## ۲. آموزش آنلاین

همه‌گیری کرونا بیشتر از همه روی سیستم آموزشی تأثیر گذاشت. مزیت سیستم‌های آموزش آنلاین (مثل اسکای روم، ادوب کانکت، اسکایپ و غیره) این است که مرزهای جغرافیایی را از بین می‌برد و این خودش می‌تواند دلیل افزایش فروش مؤسسه‌ی آموزشی شما باشد.

سرمایه‌گذاری روی آموزش آنلاین، اولین و اصلی‌ترین کاری است که باید برای افزایش فروش انجام دهید. با افزایش چشمگیر تعداد کاربرانی که به دنبال روش‌هایی برای آموزش آنلاین و دسترسی به مطالب آموزشی آنلاین هستند، داشتن یک سیستم آموزشی این‌چنینی بهترین راه است.

### ۳. وبسایت

راه‌اندازی وبسایت برای بازاریابی محتوا، ارائه‌ی محتوای آموزشی و غیره بهترین حالت است. سیستم ثبت‌نام کلاس‌هایتان را روی وبسایت ببرید. برای هنرجویان و دانش‌آموزان پنل کاربری ایجاد کنید. اطلاعات هر دانش‌آموز را (مانند دوره‌های قبلی، سابقه‌ی نمرات و غیره) در پنل کاربری درج کنید و امکان ثبت‌نام دوره‌های آموزشی را در وبسایت قرار دهید. این سیستم یک‌پارچه، بهترین دلیلی می‌شود که دانش‌آموزان و هنرجوها به شما وفادار بمانند.

### ۴. ارائه منابع آموزشی در وبسایت

اگر منابع موردنیاز مخاطبان هدف را (کتاب‌ها، نمونه‌ی آزمون‌های بین‌المللی و غیره) به‌صورت رایگان و یا با قیمت مناسب در اختیارشان قرار دهید، ترافیک وبسایتتان افزایش چشمگیری پیدا می‌کند.

### ۵. شبکه‌های اجتماعی را دست‌کم نگیرید.

هرچقدر از اهمیت شبکه‌های اجتماعی بگوییم، کم است. همه از اینستاگرام و واتساپ استفاده می‌کنند. حالا که آموزش آنلاین مطرح شده، این پلتفرم‌ها کاربرد مخصوصی هم در این حوزه پیدا کرده‌اند.

تحقیقات نشان داده مؤسساتی که از تکنولوژی‌های به‌روز در فرایند آموزشی و بازاریابی

خود استفاده می‌کنند، رشد بیشتری دارند و مشتریان بیشتری هم جذب می‌کنند. به‌عنوان مثال با داشتن یک صفحه‌ی کاربری در اینستاگرام، مشتری‌های بیشتری را برای مؤسسه‌ی آموزشی‌تان جذب می‌کنید و درآمد بیشتری هم خواهید داشت. کافی است در این صفحه فعالیت کنید، مطالب (و لایو) آموزشی بگذارید، محیط مؤسسه را معرفی کنید و غیره. برگزاری مسابقه هم روی جذب فالوور و مخاطب بسیار مؤثر است.

اگر در حوزه‌ی آموزش‌های تخصصی و حرفه‌ای (مانند آموزش نرم‌افزارهای تخصصی رشته‌های دانشگاهی و غیره) فعالیت می‌کنید، علاوه بر اینستاگرام در «لینکدین» هم فعالیت کنید. در چنین مواردی پیدا کردن بازار هدف در لینکدین بسیار آسان‌تر است.

## ۶. مخاطب هدف را بشناسید.

برای مثال اگر یک مؤسسه‌ی آموزشی هستید که در حوزه‌ی آموزش به کودکان و نوجوانان فعالیت می‌کنید، مخاطب هدف شما والدین هستند. چرا که تصمیم‌گیری و انتخاب بر عهده‌ی این افراد است. اما اگر در حوزه‌ی آموزش به بزرگسالان فعالیت می‌کنید، باید خود فرد را مخاطب در نظر بگیرید. شناخت پرسونای مخاطب برای تعیین استراتژی‌های بازاریابی بسیار مهم است.

## ۷. تبلیغات

حتماً از تبلیغات بنری و یا از سایت‌های پرمخاطبی مانند نت‌برگ و تخفیفان، برای معرفی کسب‌وکارتان استفاده کنید. با ارائه‌ی خدماتی مانند مشاوره‌ی تحصیلی رایگان، تعیین سطح رایگان، جلسه‌ی اول رایگان و تخفیف‌های مناسب دوره‌های آموزشی، مشتری‌هایتان زیادتر می‌شوند و بیشتر درآمد خواهید داشت.

## ۸. اپلیکیشن

امروزه استفاده از ابزارهای آنلاین و مجازی برای دانش‌آموزان از جذابیت بالایی برخوردار است. بعلاوه این ابزارها به ساده‌سازی فعالیت‌ها کمک کرده و نقش مهمی را در خدمات مشتری ایفا می‌کنند. یکی از در دسترس‌ترین و پرتعدادترین ابزارهای آنلاین، اپلیکیشن‌ها هستند. می‌توانید یک اپلیکیشن مخصوص خودتان بسازید و سیستم‌های اصلی (ثبت‌نام، اعلام نتایج آزمون‌ها، ارسال تکالیف، تقویم‌های آموزشی و غیره) را به آن منتقل کنید. یا می‌توانید از اپلیکیشن‌هایی مانند شاد، سایما و اپلیکیشن آموزشگاه‌من استفاده کنید.

## ۹. برگزاری رویداد، وبینار و ارائه محتوای آموزشی

رویدادهای آموزشی یکی از قدرتمندترین ابزارها برای جذب دانش‌آموزان و والدین بوده و آگاهی آن‌ها را از محیط آموزشی شما افزایش می‌دهند. بسیاری از افرادی که قصد شرکت در امتحانی خاص (مانند کنکور یا آزمون آیلتس) و یا دستیابی به نمرات

بالا را دارند، در این رویدادها شرکت می‌کنند. از طرفی دیگر برگزاری کنفرانس‌ها، کنگره‌ها، کارگاه‌های آموزشی، میزگردها و وبینارها برای معرفی و رشد کسب‌وکار شما بسیار مفید خواهند بود. برای دعوت از مخاطبین خود برای حضور در این رویدادها، از شبکه‌های اجتماعی مؤسسه، تبلیغات تلویزیونی و چاپی، ارسال پیامک و ایمیل و غیره استفاده کنید.

ارائه‌ی محتوای آموزشی قوی در وبسایت‌هایی مانند فرادرس هم گزینه‌های بسیار مناسبی برای مؤسسات آموزشی است. اگر بخش کوچکی از محتوای آموزشی و نحوه‌ی کار را به‌صورت رایگان در اختیار مخاطب قرار دهید، مخاطبان از کیفیت آموزش شما مطمئن می‌شوند. در این حالت احتمال بیشتری وجود دارد که از شما خرید کنند و یا در دوره‌های آموزشی‌تان ثبت‌نام کنند.

## ۱۰. تعامل با والدین

اگر در حوزه آموزش به کودکان و نوجوانان فعالیت می‌کنید، تعامل با والدین یکی دیگر از نکات ضروری است که مشتری‌هایتان را افزایش می‌دهد. والدین همیشه می‌خواهند از پیشرفت فرزندان خود آگاه شوند. پس اگر به آن‌ها اطمینان دهید که بهترین راهکار ممکن را برای رشد تحصیلی و شغلی فرزندانشان ارائه خواهید داد، سال‌های سال به سراغ رقبایان نخواهند رفت. برای این هدف، جلسات منظمی را حداقل یک‌بار در ماه سازمان‌دهی کرده و یا ایمیل‌هایی را در فواصل زمانی خاص برای والدین ارسال کنید و به آن‌ها بازخورد بدهید.

## ۱۱. رضایت مشتری ارائه کنید.

مردم دوست دارند همان کاری را انجام دهند که دیگران قبلاً انجام داده و نتیجه گرفته‌اند. وقتی مشتری بداند شخص دیگری قبلاً در این موقعیت بوده، انتخاب مشابهی کرده و از خدمات شما راضی است، خیالش راحت می‌شود. یک بخش رضایت مشتریان در وبسایت یا اینستاگرام قرار دهید. یا از مشتری‌ها بخواهید نظراتشان را در شبکه‌های اجتماعی شما (به صورت کامنت یا دایرکت) به اشتراک بگذارند. اگر مشتری تمایل داشت، بخواهید تا ویدیوی کوتاهی درست کند و در خصوص رضایتش صحبت کند. این ویدیو را در اینستاگرام و سایر شبکه‌های ارتباطی منتشر کنید.

## ۱۲. نرم‌افزار CRM

مؤسسه‌های آموزشی با افراد بسیاری در ارتباط هستند؛ از دانش‌آموزان، والدین و فارغ‌التحصیلان گرفته تا کارمندان، معلمان، سهامداران و تأمین‌کنندگان. مدیریت این حجم از ارتباطات به صورت دستی و یا با استفاده از اکسل غیرممکن است. نرم‌افزارهای CRM بی‌نهایت برای مؤسسه‌های آموزشی مفید هستند. با استفاده از CRM تاریخچه‌ی کاملی از اطلاعات دانش‌آموزان و هنرجوها را در اختیار خواهید داشت. فیلترهای جستجوی CRM کمک می‌کنند تا اطلاعات موردنظر را در کمتر از چند ثانیه پیدا کنید. می‌توانید با این نرم‌افزار، خدماتی متمایز و سریع ارائه کنید. می‌توانید، تمامی ایمیل‌ها و پیامک‌ها را شخصی‌سازی کنید، بیش از ۴۰ درصد

فرایندها را به صورت اتوماتیک پیش ببرید و با استفاده از گزارش‌های بی‌نظیر CRM، بازده و موفقیت استراتژی‌ها و میزان فروشتان را بسنجید.

به علاوه از آنجاکه همه‌ی اطلاعات در پایگاه داده‌های سی. آر. ام. ذخیره می‌شود، به تمامی اطلاعات ثبت شده در سیستم دسترسی خواهید داشت. این افزایش سرعت و بهبود عملکرد، باعث ایجاد حس رضایت و وفاداری در مشتریان شده و آن‌ها را ترغیب به ارجاع برند شما به سایرین می‌کند.

برای آشنایی بیشتر با نرم‌افزار CRM مخصوص مؤسسات آموزشی، روی لینک زیر کلیک کنید:

[yun.ir/lq3i31](http://yun.ir/lq3i31)

## ۱۳. کارمندان و مدرسین حرفه‌ای

این افراد پایه‌های اصلی خدمات‌رسانی مؤسسات آموزشی هستند. کارمندان، مسئول ثبت‌نام و پیگیری امور دانش‌آموزان هستند و مدرسین به آموزش آن‌ها می‌پردازند. دانش‌آموزان از زمان حضور تا ترک آموزشگاه، تمام وقت خود را با معلم سپری می‌کنند و بیشترین تعامل را با او دارند. بنابراین نمی‌توان نقش این نیروها را در بهبود خدمات مشتری مؤسسات آموزشی نادیده گرفت. هرچه معلم‌های بهتری داشته باشید، دانش‌آموزان و دانشجویان از بودن در کنار شما بیشتر لذت می‌برند، باز هم در برنامه‌های شما شرکت می‌کنند و مؤسسه‌ی شما را به دیگران هم معرفی

می‌کنند.

## ۱۴. استراتژی‌های متفاوت

پس از استخدام نیروهای لایق، از آن‌ها حمایت کنید و تشویقشان نمایید. این می‌تواند مزیت رقابتی شما باشد. برای مثال، عملکرد معلم‌ها را در طول یک دوره یا ترم آموزشی مورد ارزیابی قرار دهید و بازخورد و میزان رضایت دانش‌آموزان را نسبت به آن‌ها ثبت کنید. درنهایت به فردی که بالاترین رتبه را کسب کرده است، مزایا و امتیازاتی را ارائه دهید. همین سیستم باعث می‌شود که بهترین معلم‌ها را جذب و آن‌ها را نگه دارید. داشتن معلم‌های خوب مساوی است با رضایت‌مندی مشتری‌ها. و رضایت مشتری‌ها دنباله‌ای از موفقیت را برایتان می‌آورد.

## ۱۵. به روز باشید.

در دوره‌های بین‌المللی شرکت کنید و جدیدترین متد آموزشی روز دنیا را بیاموزید. آخرین مقالات منتشر شده را بخوانید و درباره‌ی روش‌های تدریس و غیره آگاهی کسب کنید. دانش خود را با کارکنان و مدرسان خود به اشتراک بگذارید و به رشد قابلیت‌ها و توانایی‌های آن‌ها کمک کنید.

## ۱۶. فروش مکمل

مشتری‌های فعلی، بهترین گزینه‌ها برای فروش مکمل و افزایش فروش مؤسسه‌ی

آموزشی‌تان هستند. این مشتری‌ها شما را می‌شناسند، به شما اعتماد دارند و حاضرند پول بیشتری هم بپردازند. به همین دلیل است که فروش مکمل، روشی عالی برای افزایش فروش مؤسسات آموزشی است. مثلاً یک مؤسسه‌ی زبان را در نظر بگیرید. زبان‌آموز می‌آید و پس از تعیین سطح در یک دوره‌ی General ثبت‌نام می‌کند. وقتی یک ترم آموزشی تمام شد و نوبت ثبت‌نام مجدد رسید (حالا که زبان‌آموز از خدماتتان راضی است و می‌خواهد باز هم کلاس ثبت‌نام کند)، کلاس‌های Free discussion یا دوره‌های مفرح آموزش زبان با موسیقی و فیلم پیشنهاد کنید تا در کنار دوره‌ی اصلی آن‌ها را هم بگذرانند.

ایده‌آل این است که دوره‌های مشابه و متناسب هر مشتری را در یک پکیج ارائه کرده و این پکیج را با قیمتی استثنائی به مشتری‌ها پیشنهاد کنید. همین تخفیف باعث می‌شود که مشتری وسوسه شود و بیشتر خرید کند.

## ۱۷. مشتری را در اولویت بگذارید.

در هر قدمی که برمی‌دارید باید مشتری را در نظر داشته باشید. روی نیازها و خواسته‌های مشتری تمرکز کنید و استراتژی‌هایی را بر این اساس بچینید. مثلاً بعد از شیوع کرونا مشتری‌های بالقوه نیاز داشتند تا بدون حضور در محیطی پرجمعیت آموزش ببینند، پس سیستم آموزش آنلاین ایجاد شد. هر بار که می‌خواهید استراتژی جدیدی بچینید، خوب به مشتری‌های هدف و خواسته‌هایشان فکر کنید. در غیر این صورت فروشتان کاهش می‌یابد.

## ۱۸. افزایش قیمت\_کاهش هزینه

برخی از مؤسسات آموزشی می‌ترسند که با افزایش قیمت‌ها، مشتری‌هایشان را از دست بدهند. اما مثلاً اگر قیمت‌ها را ۱۰ درصد زیاد کنید و ۱۷ درصد از مشتری‌هایتان را از دست بدهید، هیچ ضرری نخواهید کرد. به‌علاوه مشتری‌ها به افزایش قیمت ۵ الی ۱۰ درصدی واکنش نشان نمی‌دهند. مخصوصاً اگر سیستم آموزشی شما کیفیت بالایی داشته باشد.

می‌توانید هزینه‌ی جذب مشتری و هزینه‌ی جذب سرنخ را کاهش دهید. روش‌های تبلیغات، بازاریابی و فروش را مرتب زیر نظر بگیرید و به دنبال روش‌هایی باشید که بازده بالاتری دارند. حتی یک تغییر کوچک هم می‌تواند هزینه‌هایتان را تا ۲۵ درصد کمتر کند. وقتی روش‌های مناسب‌تری انتخاب کنید و روش‌های قدیمی و هزینه‌بر را کنار بگذارید، هم سود خالص بیشتری خواهید داشت و هم مشتری‌ها بهتر مؤسسه‌ی آموزشی شما را پیدا می‌کنند.

## ۱۹. به مشتری‌های قدیمی توجه کنید.

اطلاعات موجود در CRM را بررسی کنید و مشتری‌هایی که مدت‌ها است با شما ارتباطی نداشته‌اند را مشخص کنید. بعد روی برگرداندن این مشتری‌ها سرمایه‌گذاری کنید. هزینه‌های بازاریابی به این روش بسیار پایین است و فروش مؤسسه‌ی هنری و آموزشی شما را به‌شدت افزایش می‌دهد.

هدیه ویژه



## کتاب کاريز فروش

نکته مهمی که وجود دارد این است که: هیچ نکته خاصی نیست!  
هیچ رازی در میان نیست به جز دو اصل ساده:

اصل اول: نتایجی که به دست می آورید، حاصل فعالیت های شماست!  
اصل دوم: برای تخمین دقیق نتایج باید از بازی اعداد آگاه باشید.

این کتاب به فروش از زاویه این دو اصل نگاه کنم.  
در این کتاب به شما خواهم آموخت که چگونه فروش خود را متحول کنید و فراتر از آن،  
از این تکنیک ها چطور برای زندگی بهتر استفاده کنید.  
این کتاب بیش از آنکه شما فکر کنید، شما را شگفت زده خواهد کرد.



برای دانلود رایگان کتاب کاريز فروش روی لینک زیر کلیک کنید  
و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <

## ۲۰. متمایز باشید.

تحلیل رقابتی باید جزو استراتژی‌های اصلی‌تان باشد. رقابت در حوزه‌ی آموزشی بسیار جدی است. رقبا را مرتب آنالیز کنید. باید دلایل فروش بیشترِ موسسه‌ی آن‌ها و نقاط ضعف سیستم آموزشی‌شان را پیدا کنید. نقاط ضعف را پوشش دهید و روی پیاده‌سازی استراتژی‌های موفقشان هم سرمایه‌گذاری کنید.

## ۲۱. در مورد رقبا بدگویی نکنید.

بدگویی از دیگران پدیده‌ای به نام انتقال خودجوش افکار را ایجاد می‌کند. عملکرد مغز به‌گونه‌ای است که حرف‌ها و نکات منفی را به گوینده‌ی آن (یعنی شما) نسبت می‌دهد. پس اگر بدگویی می‌کنید، بدانید که مغز مشتریان آن خصلت‌های منفی را به شما می‌چسباند. تحقیقات نشان داده‌اند که وقتی از رقبا بد می‌گویید، ذهن خریدار آن خصلت‌ها را به شما می‌چسباند.

توصیه می‌کنیم در ارتباط با مشتری اصلاً حرفی از رقبا نزنید. و اگر مشتری هم بحث خاصی را وسط کشید، منفع‌ل باشید و یا در حین صحبت، احترام رقیب را حفظ کنید.

## ۲۲. پاسخگو باشید.

مشکلات و سوالات را در سریع‌ترین زمان ممکن پیگیری کنید. این کار، چه از طریق

رسانه‌های اجتماعی یا ایمیل و چه تماس‌های تلفنی، علاوه بر افزایش اعتبار شما و ایجاد حس امنیت و اعتماد در مخاطبین به کاهش استرس دانش‌آموزان کمک کرده و آن‌ها را تشویق به تعامل بیشتر با شما خواهد کرد.

به‌علاوه حتماً سیستمی برای ثبت بازخورد دانش‌آموزان و اولیا داشته باشید. بپرسید که چه چیزی باعث بهتر شدن تجربه‌ی آن‌ها می‌شود و سپس به آن عمل کنید.

## ۲۳. ریفرال مارکتینگ

بازاریابی ارجاعی یا Referral Marketing یکی از مؤثرترین و ارزان‌ترین روش‌های افزایش درآمد مؤسسات آموزشی است. کسی که از خدماتتان راضی باشد، مؤسسه‌ی شما را به بقیه معرفی می‌کند و مشتریان جدیدی را برایتان می‌آورد. کافی است شرایطی ایجاد کنید و به مشتری‌های فعلی بگویید که در صورت معرفی دوستان و آشنایان، تخفیف خوبی را برای ثبت‌نام ترم جدید و یا ثبت‌نام در دوره‌های خاصی دریافت می‌کنند.

## ۲۴. احساسات مشتری را نشانه بگیرید.

محرک‌های احساسی بیشترین تأثیر را روی تصمیم‌گیری خرید مشتری‌ها دارند. مثلاً این حس که مردم سراسر دنیا از زبان انگلیسی برای ارتباط استفاده می‌کنند و

اگر زبان بلد نباشید، حین سفر به کشورهای خارجی دچار مشکل می‌شوید، سبب می‌شود که افراد در کلاس‌های زبان شرکت کنند. برای کمپین‌های بازاریابی و یا در حین صحبت با مشتری، روی این نکات تمرکز کنید.

## ۲۵. تکنیک FOMO

FOMO خلاصه‌ی عبارت Fear of Missing Out و به معنی ترس از دست دادن است. اگر موقعیت را طوری نشان دهید تا مشتری قانع شود که در صورت خرید نکردن، مزیت و شانس بزرگی را از دست می‌دهد، خیلی بیشتر احتمال دارد که مشتری در کلاس مورد نظر ثبت‌نام کند. مثلاً بگویید: «این کلاس ریاضی بی‌نظیر است. این استاد مشهور فقط سالی یک‌بار کلاس ارائه می‌کند و اگر در این کلاس ثبت‌نام نکنید، از دستتان می‌رود.»

## ۲۶. مثل آن‌ها رفتار کنید.

به رفتارهای افراد دقت کنید و حرکات و حالات آن‌ها را تکرار کنید. تحقیقات نشان داده که این کار باعث می‌شود دیگران دید بهتری نسبت به شما داشته باشند. کارایی تکنیک تقلید (چه به صورت کلامی و چه به صورت غیرکلامی) بارها اثبات شده است. خوب است که بخشی از حرف‌های مشتری را هم تکرار کنید. مثلاً وقتی صحبت‌های مشتری تمام شد، بگویید: «پس شما می‌خواهید که در کلاس آموزش نرم‌افزار تخصصی ثبت‌نام کنید و بعد از اتمام این کلاس به سراغ دوره‌های طراحی

و نقشه‌کشی بروید؛ درست فهمیدم؟» این کار به مشتری نشان می‌دهد که دقیق به حرف‌هایش گوش کرده‌اید.

## ۲۷. شخصی‌سازی

شخصی‌سازی خیلی مهم است. چه در ارسال پیامک، ایمیل، یادآوری و چه در قرارهای حضوری و صحبت‌های تلفنی باید از اسم مشتری استفاده کنید. تاریخ‌های مهم را به مشتری‌ها تبریک بگویید و اگر مشتری شرایط سختی داشت (مثل وقتی که یک ترم به خاطر مشکلی ثبت‌نام نمی‌کند و یا چند جلسه پشت‌هم غیبت می‌کند)، حتماً بعد از مدت مشخصی جویای احوال مشتری شوید.

نکته: می‌توانید در CRM یک یادآور برای روز و ساعتی خاص ایجاد کنید تا فراموشتان نشود.

## ۲۸. از دوستان و اقوام هم بخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند.

## ۲۹. همکاری استراتژیک

به سراغ مشاغل دیگری بروید که بازار هدف مشابهی دارند. مثلاً با یک فروشنده‌ی لوازم‌تحریر ارتباط بگیرید که در منطقه‌ی شما فعالیت می‌کند. بعد شما مشتری‌هایتان

را به او معرفی کنید و او هم مشتری‌هایش را به شما ارجاع دهد. این یک معامله‌ی برد-برد است.

### ۳۰. بازاریابی ایمیلی یا پیامکی

وقتی سیستمی خوب و قوی برای ثبت اطلاعات مشتریان داشته باشید، دسترسی به مشتری‌ها و حفظ ارتباط با آن‌ها کار راحتی است. مثلاً از ایمیل‌هایی که در CRM ثبت کرده‌اید، برای ایجاد کمپین‌های بازاریابی ایمیلی استفاده کنید. اولین و مهم‌ترین قدم، ارسال پیام مناسب و شخصی‌سازی شده است. حتماً از یک ابزار بازاریابی ایمیلی مناسب استفاده کنید. اسم افراد را در متن پیام بگذارید و بعد حرفتان را بزنید. خبرنامه بفرستید، اخبار جدید را اعلام کنید و یا نکته‌های کوچک و جالب بفرستید. به‌علاوه می‌توانید تولد مشتری‌ها را هم تبریک بگویید. یا حتی از بازاریابی پیامکی برای یادآوری زمان ثبت‌نام ترم جدید استفاده کنید.

### ۳۱. از کنار مشتریان شاکی، راحت عبور نکنید.

به اعتراضات و شکایت‌های مشتریان اهمیت بدهید و سرسری از آن‌ها عبور نکنید. از این موقعیت به‌ظاهر دشوار به نفع خودتان استفاده کنید تا روابطتان را قوی

کنید. برای رفع مشکل وقت بگذارید و در صورت نیاز از عذرخواهی کردن نترسید. در سریع‌ترین حالت ممکن مشکل مشتری را رفع کنید. مطمئن باشید مشتری از اینکه

برایش ارزش قائل شده‌اید لذت می‌برد و حاضر نیست این حس ارزشمندی را با چیز دیگری عوض کند. همین یک حس باعث می‌شود که مشتری سال‌ها کنارتان بماند و شما را به دیگران هم توصیه کند.

دردار

★★★★★  
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★  
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★  
نهایت سادگی!

## نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروش شان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار

چه اتفاقی می افتد؟



## یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



## یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



## یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



## سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



## شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند. پروسه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود. شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروسه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ... از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید  
یا QR کد را اسکن کنید.

< ۱۵ روز رایگان