

افزایش فروش در آژانس مسافرتی و مهاجرتی



**۴۲ تکنیک کاربردی ، مخصوص
و جدید برای دوران بعد از کرونا**

عنوان	رازهای افزایش فروش در آژانس مسافرتی و مهاجرتی
ترجمه و گردآوری	تیم تولید محتوای دیدار
به سرپرستی	سارا رنجبران
گرافیک	سمیرا گلشن
صفحه‌آرا	ساجده مختارپور
زمان انتشار	تیر سال ۱۴۰۱
ناشر	ابپردازش دیدار
موضوع	فروش و بازاریابی

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 افزایش فروش در آژانس مسافرتی و مهاجرتی» روی لینک زیر کلیک کنید.

۱۴۲ تکنیک کاربردی، مخصوص و جدید
برای دوران بعد از کرونا

با شروع همه‌گیری جهانی کرونا و محدودیت‌هایش، حجم مسافرت‌ها و مهاجرت، با کاهش چشمگیری روبرو شد. و حالا شاهد بازگشت رونق به این مشاغل هستیم. اما برای اینکه در بازار پساکرونا حرفی برای گفتن داشته باشید، باید تمام تلاش‌تان را بکنید. چرا که کسب‌وکارهای آنلاینی مثل علی‌بابا، فلایتو و غیره، در دوران کرونا بیشتر مطرح شدند و برای رقابت با آن‌ها، کار سختی در پیش دارید.

به علاوه به خاطر افزایش قیمت‌ها و مشکلات اقتصادی، فرصت‌های فروش هم کمتر شده‌اند. بگذریم. قطعاً خودتان بیشتر از همه مشکلات را می‌شناسید. برویم سراغ راه‌حل‌های افزایش فروش ...

۱. ساده‌سازی - یکپارچه‌سازی

یکی از مهم‌ترین عواملی که مشتریان برای انتخاب شرکت مسافرتی مدنظر قرار می‌دهند این است که با استفاده از خدمات شما چقدر در زمانشان صرفه‌جویی می‌کنند و پروسه را به آسانی هرچه تمام‌تر به اتمام می‌رسانند. این موضوع مخصوصاً برای افرادی که زیاد سفر می‌کنند (مانند کسانی که به دلیل شغلشان مدام در حال سفر هستند)، اهمیت زیادی دارد. چنین افرادی حتی حاضرند در چنین شرایطی پول بیشتری هم پرداخت کنند.

یادتان باشد که مردم امروزی انتظار دارند که تمام امور مربوط به برنامه‌ریزی، رزرو و خرید بلیط و سفرشان فقط در یک اپلیکیشن یا سیستم قابل انجام باشد ([منبع](#)). پس نباید آن‌ها را در سیستم‌های مختلف سردرگم کنید. از ارائه‌ی پکیج‌های خدماتی به صورت یک‌جا (ترکیب خدمات با هم مثل، رزرو هتل، پرواز و فعالیت‌ها و غیره) گرفته تا مراحل پرداخت، همه را به راحتی و با هزینه‌ی کمتر در دسترس مخاطبان قرار دهید.

نکته: تحقیقات نشان داده که هرچه بازدیدکنندگان وبسایت‌ها راحت‌تر و سریع‌تر به مرحله‌ی پرداخت برسند، فروش بیشتری خواهید داشت.

۲. از ویدئو مارکتینگ استفاده کنید.

ویدئوهای تبلیغاتی پیام را بهتر ارائه می‌کنند و ۹۵ درصد مؤثرتر از متن یا تصویر

هستند. مثلاً فیلم کوتاهی از تور اجراشده در وبسایت بگذارید و یا از مشتری‌هایتان بخواهید از تجربیات خود فیلم تهیه کنند تا در وبسایت و شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. حتی می‌توانید از خودشان بخواهید که ویدیو را در اینستاگرام منتشر کنند. به اشتراک‌گذاری این ویدئوها در رسانه‌های اجتماعی اثر مثبتی روی بازدیدکنندگان دارد.

۳. به روش‌های آنلاین، کفایت نکنید.

تأثیر تبلیغات در دنیای واقعی را نباید فراموش کرد. David Feldsott بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت مسافرتی Pantrek می‌گوید:

«برای پیدا کردن مشتریان بالقوه در دنیای واقعی، بیرون بروید. از آنجایی که ما یک آژانس مسافرتی آنلاین هستیم و بلیت اتوبوس بین‌شهری می‌فروشیم، مخاطبین هدف ما معمولاً دانشجویان، گردشگران، متخصصان جوان و کوله‌گردها هستند. پس به خوابگاه‌ها و هتل‌ها رفتیم و با کارکنان درباره‌ی خدماتمان صحبت کردیم، به دانشگاه‌های محلی رفتیم و بین دانشجویان آگهی پخش کردیم، در میان توریست‌ها و گردشگران رفتیم و به سؤالات رایج آن‌ها در مورد سفر با اتوبوس و غیره پاسخ دادیم. مردم محصول ما را بررسی کردند، به آن علاقه‌مند شدند، تجارتیمان را از طریق بازاریابی دهان‌به‌دهان گسترش دادند، مشتریان جدیدی که حتی نمی‌دانستند خدمات ما وجود دارد را جذب کردند و در نتیجه افزایش فروش

قابل توجهی را در PanTrek برایمان رقم زدند.»

درست است که روش‌های قدیمی مثل چاپ آگهی و یا کارت ویزیت امروزه کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد، اما هنوز هم کارایی دارند و اثربخش هستند.

۴. حضور همه‌جانبه

به لطف پیدایش شبکه‌های اجتماعی مختلف، مشتری‌ها دوست دارند که از طریق کانال مورد علاقه‌شان و به نحو مناسب و بی‌دردسری مشکلاتشان را حل کنند. مثلاً برخی‌ها دوست دارند که روی سایت تیکت پشتیبانی بگذارند، برخی‌ها در دایرکت اینستاگرام مشکلشان را مطرح می‌کنند و برخی هم با شرکت تماس می‌گیرند. و شما باید بتوانید در تمامی این شبکه‌ها، خدمات درست و مناسبی ارائه کنید. یا مثلاً فرض کنید در اکانت اینستاگرام خود خبری در مورد تخفیفات جشنواره‌ی تابستانه درج کرده‌اید، مشتری انتظار دارد که در سایر پلتفرم‌ها مثل ایمیل و چت هم پاسخ سؤالاتش را در این حوزه بگیرد.

پس یادتان باشد که اخبار، جشنواره‌ها و غیره را در تمامی تاچ‌پوینت‌ها اطلاع‌رسانی کنید تا این حس یکپارچگی به مشتریان منتقل شود.

مثلاً شرکت KLM Airlines یک خدمت جالب و نوآورانه به نام Family Updates ارائه کرده که اطلاعات را در لحظه برای مسافر در واتس‌آپ اطلاع‌رسانی می‌کند. این شرکت یک قدم جلوتر رفته و به خانواده و دوستان هم در مورد اینکه پرواز آن شخص انجام شده، به زمین نشسته، برخاسته، تأخیر دارد، لغو شده و غیره پیام

می‌دهد تا نگرانی خانواده را هم برطرف کند.

۵. تجربه‌ی شخصی‌سازی شده

انتخاب بین چند شرکت مسافرتی معمولاً برای مسافران دشوار است. گزینه‌های زیادی وجود دارند که متناسب با نیازها و بودجه‌ی آنها هستند. شرکت‌هایی می‌توانند در این رقابت تنگاتنگ برنده باشند که خدمات و تجربه‌ای فراتر از سایر رقبا فراهم کنند.

برای ایجاد این تجربه‌ی شخصی‌سازی شده استفاده از یک نرم‌افزار CRM برای شرکت‌های مسافرتی ضروری است. این پایگاه داده‌ای امن و سازمان‌یافته، اطلاعات مهم مشتریان (از اطلاعات هویتی و کاری مشتری گرفته تا تعاملات مشتریان با سایت یا اپلیکیشن شرکت) را ذخیره می‌کند تا بهترین تجربه را برای مشتری‌ها رقم بزنید.

۶. آموزش کارکنان

شاید به نظرتان عجیب باشد که این مورد را در تکنیک‌های افزایش فروش ببینید؛ ولی بدون داشتن یک مجموعه‌ی قوی، آموزش‌دیده، خیره و باانگیزه موفق نمی‌شوید. استخدام افراد مناسب و شایسته نقطه‌ی شروع کار است.

برای اینکه اعضای مجموعه‌ی شما همیشه به‌روز باقی بمانند باید به صورت منظم آموزش ببینند. فروش و نحوه‌ی ارتباط و همدلی با مشتری را یاد بدهید. هرکاری لازم است برای ارتباط درست و اصولی با مشتری را آموزش بدهید تا جایی برای ایراد

نماند. در این صورت می‌توانند خدمات خوبی ارائه دهند، پیشنهادات را مطابق با نیازهای مشتری شخصی‌سازی کنند و حتی در فرصت مناسب اقدام به بیش‌فروشی و فروش مکمل کنند.

همچنین حرفه‌ی شما پر است از مشتریان متوقع و شرایط پرفشار کاری. باید کارکنانتان را برای مواجهه با چنین شرایطی آماده کنید. حتماً عملکرد کارکنان را با استفاده از سی آر ام بسنجید و تأثیر آموزش‌ها را بررسی کنید.

۷. بازخورد بخواهید.

نظرسنجی از مشتریان هنوز هم یکی از بهترین گزینه‌ها برای درک انتظارات و توقعات مشتری و بهبود خدمات مشتری است. اینکه از مشتری بخواهید نظرات خود را صادقانه با شما در میان بگذارد به ایجاد اعتماد در مشتری و وفاداری مشتری به برندتان کمک خواهد کرد.

البته ممکن است همه‌ی مشتریان هم وقت و حوصله‌ی پرکردن فرم نظرسنجی را نداشته باشند. برای ایجاد انگیزه در مشتری بهتر است پاداشی هرچند کوچک برای تکمیل نظرسنجی یا بازخورد برای مشتری در نظر بگیرید. مثلاً تخفیفی بر روی خریدهای بعدی یا قرعه‌کشی بین کسانی که نظرسنجی را تکمیل می‌کنند.

نظرسنجی از طریق کانال‌های ارتباطی مختلفی مانند پیج اینستاگرام شرکت، وبسایت، ایمیل یا حتی فرم‌های کاغذی امکان‌پذیر است.

۸. پروسه‌ها را توضیح دهید.

امور مسافرت خارج از کشور، مهاجرت و قوانین مرتبط با آن بسیار سخت و پیچیده هستند. هر کشوری و هر نوع مسافرت و مهاجرتی، قوانین خاصی دارد. مشتریان شما با ۹۰ درصد این موضوعات آشنایی ندارند و اگر همه چیز را درست و ساده برایشان توضیح ندهید، نمی‌توانند به شما اعتماد کنند. به همین دلیل لازم است تا همه چیز را ساده‌سازی کرده و در اختیار مشتری قرار دهید. می‌توانید یک بروشور یا کتابچه طراحی کنید. این فایل‌ها را در وبسایت هم بگذارید و با طراحی یک CTA مناسب، مشتریان بالقوه را به این صفحه راهنمایی کرده و ایمیلشان را دریافت کنید.

۹. از رقبا متمایز باشید.

وقتی در بازار پرقابندی مثل این هستید، هر چه منحصر به فردتر باشید، افراد بیشتری را جذب کرده و فروشتان را افزایش می‌دهید. سعی کنید خدماتی ارائه دهید که هیچ‌کس دیگری ارائه نمی‌دهد. مثلاً تور مخصوص زوج‌های بازنشسته و یا تور مخصوص ماه عسل ترتیب دهید و برنامه‌هایی جذاب و متنوع را با توجه به رده سنی و علاقه‌مندی‌های هر گروه تنظیم کنید.

یادتان باشد که شما فقط بلیت نمی‌فروشید بلکه تجربه می‌فروشید. هر چه این تجربیات منحصر به فردتر باشند، در کار خود موفق‌تر عمل خواهید کرد و فروشتان را افزایش خواهید داد.

از خلاقیت و دانشتان استفاده کنید. شاید یک نکته‌ی ساده مانند ارائه‌ی بروشور یا دفترچه راهنمای صفر تا صد مهاجرت به کشورهای مختلف و غیره، فروش شرکت مهاجرتی‌تان را چند برابر کند.

۱۰. مزایای محصول/خدمات خود را برجسته کنید.

به‌جای تلاش برای پیروزی در رقابت و تمرکز روی کار رقبا، روی مزایای منحصر به فرد خدمات خودتان متمرکز شوید.

۱۱. از ارائه‌ی برنامه‌های پیچیده نترسید.

مردم به راحتی می‌توانند یک سفر یا تور تفریحی ساده برای خودشان ایجاد کنند. به لطف اینترنت پیدا کردن جاذبه‌های گردشگری و یا مقالات آنلاین حوزه‌ی برنامه‌ریزی سفر به مناطق مختلف، در چند ثانیه امکان‌پذیر است. یعنی ارائه‌ی برنامه‌ی ساده، بازخورد بالایی ندارد. به همین علت لازم است برنامه‌های خاصی را برای مشتری‌هایتان در نظر بگیرید تا نشان دهید که دانش و تخصص شرکتتان تا چه حد بالا است.

۱۲. تجربیات مشتریان را منتشر 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 استفاده کرده، خیالش راحت میشود و احساس راحتی بیشتری میکند.

یک بخش رضایت مشتریان در وبسایت یا اینستاگرام قرار دهید. از مشتریان راضی بخواهید درباره‌ی تمام تجربیات مثبتی که در تعامل با آژانس شما داشته‌اند صحبت کرده و (با اجازه) آن را در وبسایت خود منتشر کنید. با انجام این کار علاوه بر ایجاد حس ارزشمندی در مشتریان فعلی، اعتماد مشتریان بالقوه را جلب می‌کنید و فروشتان را افزایش می‌دهید.

۱۳. رویداد برگزار کنید.

بسته به میزان بودجه‌تان، رویدادهای حضوری یا آنلاین را برگزار کرده تا مخاطب جذب کنید. وینار در مورد اشتراک تجربه‌ی مهاجرین، بررسی قوانین مهاجرتی کانادا یا آلمان و غیره برگزار کنید. می‌توانید از ایوند و ایسمینار استفاده کنید.

۱۴. احساسات مشتری را نشانه بگیرید.

محرك‌های احساسی بیشترین تأثیر را روی تصمیم‌گیری خرید مشتری‌ها دارند. مردم به دلایل مشخص سفر می‌کنند. پس کافی است دلیل هرکسی را پیدا کنید و از همان نقطه برای فروش استفاده کنید.

۱۵. تکنیک FOMO

FOMO خلاصه‌ی عبارت Fear of Missing Out و به معنی ترس از دست دادن است. اگر موقعیت را طوری نشان دهید که مشتری قانع شود در صورت خرید نکردن، مزیت و شانس بزرگی را از دست می‌دهد، خیلی بیشتر می‌فروشید. مثلاً بگویید: «از بلیت‌های این سفر فقط ۱۰ جای خالی باقی مانده که تا چند ساعت دیگر کامل پر می‌شود.» یا به مشتری بگویید آفر ویژه‌ای تا آخر هفته دارید که تا سال دیگر تکرار نمی‌شود.

شرایط را طوری جلو ببرید که مشتری احساس کند شما مواظبش هستید و نمی‌گذارید که تصمیم اشتباهی بگیرد.

۱۶. بخواهید شما را به دیگران معرفی کنند.

بازاریابی دهان‌به‌دهان بسیار قدرتمندتر از سایر روش‌های بازاریابی است. مردم بیشتر از آنکه تحت تأثیر تبلیغات مستقیم شرکت‌ها قرار بگیرند، به آنچه که از اطرافیان می‌شنوند، اعتماد می‌کنند. (این روش برای اعتمادسازی نسبت به شرکت‌های مهاجرتی بسیار مؤثر است). آمار نشان داده است که ۹۲٪ از مشتریان به بازاریابی دهان‌به‌دهان را بیشتر از تبلیغات شرکت باور دارند.

حتی می‌توانید خودتان از مشتری‌ها بخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند. کافی است تخفیف خدمات و یا هدایایی برای معرفی مشتریان جدید در نظر بگیرید.

با انجام این کار مشتری‌های فعلیتان هم احساس رضایت بیشتری خواهند داشت و همیشه آژانستان را انتخاب می‌کنند.

۱۷. کتاب و پادکست تولید کنید.

چاپ بروشور، کاتالوگ و غیره برای افزایش فروش در قدیم بسیار رایج بود. اما امروزه به دلیل همه‌گیری فناوری و حضور طیف وسیعی از افراد در شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای کاربردی‌تری مانند کتاب‌های دیجیتالی و پادکست بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند.

می‌توانید از کتاب و پادکست استفاده کنید. توضیح درباره‌ی مکان‌های دیدنی، غذاهای محلی، رسم و رسومات، سنت‌ها و غیره، حال و هوای سفر را در مخاطبین زنده کرده و برای خرید بلیت به مقاصد مختلف در آن‌ها ایجاد انگیزه کنید. آژانس مسافرتی علی بابا از این تکنیک برای فروش بیشتر استفاده کرده است.





کتاب واقعیت‌های جدید

در دنیای کسب و کار

اگر کسب و کاری دارید و یا قصد راه اندازی کسب و کاری دارید، آب دست‌تان است زمین بگذارید و خواندن این کتاب را شروع کنید!
این کتاب کسب و کارهای زیادی را در دنیا متحول کرده، شاید اکنون وقت شما رسیده است. مهمترین چیزی که این کتاب به شما می‌آموزد این است:
راه ساده‌تر و متفاوت‌تری نیز وجود دارد!



برای دانلود رایگان کتاب واقعیت‌های جدید روی لینک زیر کلیک کنید و یا کد را اسکن کنید.

< [دانلود رایگان](#)

۱۸. قیمت مناسب ارائه دهید.

حتماً برایتان پیش آمده است که به رستوران، سالن زیبایی، آموزشگاه و سایر مراکزی رفته باشید که خدمات عالی را با قیمت مناسب ارائه داده‌اند. چه احساسی نسبت به آنجا پیدا کردید؟ باز هم به آنجا می‌روید؟

وقتی رقابت بالا باشد، قیمت یکی از اصلی‌ترین مزیت‌های رقابتی است. ممکن است در ابتدا به نظر برسد که فروش محصول/خدمات با قیمت پایین باعث ضرر مالی و از دست رفتن سرمایه می‌شود، اما اگر استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های درستی داشته باشید، بیشتر از آنچه فکر کنید در این روش سود خواهید کرد. یادتان باشد که افزایش نرخ حفظ و وفاداری باعث افزایش نرخ فروش و در نتیجه بازگشت سرمایه و رشد کسب‌وکارتان خواهد شد.

۱۹. روی مشتریان با ارزش خرید بالا متمرکز شوید.

افزایش فروش همیشه با جذب مشتری جدید اتفاق نمی‌افتد. ممکن است مشتریان محدودی داشته باشید اما نرخ فروشتان بالاتر از شرکتی با تعداد مشتری بیشتر باشد. باید مشتریان با خرید ارزشمند را پیدا کنید.

افراد زیادی وجود دارند که مایل‌اند برای سفر و یا مهاجرت، هزینه‌ی بالایی بپردازند. آن‌ها را شناسایی کرده، در دسته‌بندی جداگانه‌ای قرار دهید و برنامه‌های وفاداری و پیشنهادهای ویژه‌ای را مختص آن‌ها ترتیب دهید. این افراد هم به برند شما وفادارند و به سراغ رقبا نمی‌روند و هم مایل‌اند هزینه‌های بالایی بپردازند.

۲۰. تخفیف ارائه دهید.

تخفیف گرفتن همیشه برای مشتریان شیرین است. سعی کنید درصدی تخفیف به ازای خرید بلیت هواپیما یا رزرو اتاق، در نظر بگیرید. اسنپ تریپ با اتخاذ این استراتژی توانسته است فروش خود را به طور چشمگیری افزایش دهد.



همچنین می‌توانید برای هر یک از مشتریان یک کد ویژه در نظر گرفته و به آن‌ها بگویید که در صورت ارجاع و تبدیل ۳ مشتری احتمالی به مشتری، هدیه‌ای ویژه به آن‌ها تقدیم می‌کنید. (مثلاً بلیت رایگان یک مسیر از سفر آینده‌ی آن‌ها)

۲۱. ارتباط خود را با مشتریان حفظ کنید.

هر چند که معمولاً جذب مشتری یکی از مهم‌ترین عوامل افزایش درآمد است اما نباید اهمیت بازگشت مشتریان فعلی را نیز فراموش کنید. احتمال فروش به مشتری فعلی ۶۰ تا ۷۰ درصد و احتمال فروش به مشتری جدید ۵ تا ۲۰ درصد است. یعنی

حفظ ارتباط با مشتریان فعلی بسیار اهمیت دارد.

Simon Harding مالک Theater Breaks می‌گوید:

«ما با کسانی که به‌تازگی سفری را رزرو کرده‌اند تماس می‌گیریم و مطمئن می‌شویم که همه‌چیز به‌خوبی پیش می‌رود. با کسانی هم که تازه از سفر برگشته‌اند تماس می‌گیریم تا مطمئن شویم که اوقات خوبی را سپری کرده‌اند... در واقع سعی می‌کنیم با حفظ رابطه، به افزایش نرخ حفظ مشتری کمک کنیم. ممکن است انجام این کار زمان‌بر به نظر برسد اما ارزشش را دارد.»

۲۲. از تکنیک فروش مکمل استفاده کنید.

پیش‌فروشی و فروش مکمل، ساده‌ترین روش افزایش فروش در آژانس‌های مسافرتی است. برای مثال، می‌توانید خدمات ناهار و شام، ترانسفر فرودگاهی، تفریحات محلی، پیشنهادهای ویژه (مانند بالن‌سواری بر فراز دریا و غیره) را بر روی بلیت پیشنهاد دهید.

برای ارائه‌ی پیشنهادهای مناسب، ابتدا مشتریان خود را شناسایی کنید و با توجه به نیازهای آن‌ها خدمات ویژه‌ای را ترتیب داده و برای آن برنامه‌ریزی کنید. مثلاً اگر مشتری برای رزرو هتل به سراغ شما آمد، بگویید در ازای خرید بلیت رفت و برگشت در کنار هتل، تخفیف ۱۰ درصدی روی هرکدام دریافت می‌کند.

۲۳. مشاوره‌ی رایگان ارائه دهید.

این روش برای شرکت‌های مهاجرتی بسیار مؤثر است. فردی که قصد مهاجرت دارد، در واقع مشغول یک تصمیم‌گیری بزرگ و مهم برای آینده است و از طرف دیگر مبلغ زیادی را باید پرداخت کند. به همین دلیل معمولاً ریسک نکرده و به هر شرکتی اعتماد نمی‌کند.

به‌عنوان یک مدیر موفق مؤسسه‌ی مهاجرتی باید به مخاطبین ثابت کنید که هدفشان فقط کسب منافع مالی نبوده و برای آینده و تصمیم‌گیری آن‌ها ارزش قائلید. ارائه‌ی مشاوره‌ی رایگان (مثلاً از طریق لایو اینستاگرام) یکی از بهترین روش‌های اثبات این امر است.

۲۴. ارزش افزوده را فراموش نکنید.

ساده‌ترین کاری که می‌توانید برای افزایش درآمد به ازای هر مشتری انجام دهید ارائه‌ی ارزش افزوده‌ای است که تجربه‌ی بهتری برای آن‌ها شکل بدهد و در نتیجه تمایل داشته باشند که پول بیشتری هزینه کنند. در این صورت می‌توانید مشتری‌های شادتری داشته باشید که چیزی بیش از آنچه قرار بود به دست بیاورند، به آن‌ها بدهید.

وارن بافت یک جمله‌ی معروف دارد:

«قیمت چیزی است که می‌پردازید. ارزش چیزی است که می‌گیرید.»

به عبارت دیگر مشتریان هر چقدر ارزش بیشتری دریافت کنند، پول (قیمت) بیشتری می‌پردازند.

برای مثال می‌توانید برای افزایش فروش آژانس مسافرتی، به مسافران یک وعده‌ی غذایی رایگان بدهید. یا می‌توانید به عروس و دامادهایی که برای ماه عسلشان تور مسافرتی شما را انتخاب کرده‌اند، هدیه‌ای بدهید و یک تجربه‌ی رمانتیک برای آن‌ها بسازید.

۲۵. از CRM استفاده کنید.

نرم‌افزارهای CRM برای ثبت تعاملات مشتری با شرکت، ارائه‌ی گزارش‌های مختلف، ثبت سوابق مشتری به صورت متمرکز و یکپارچه استفاده می‌شوند. دسترسی طبقه‌بندی‌شده‌ی کارمندان و کارکنان شرکت به داده‌های مربوط به مشتریان مثل اطلاعات هویتی، آخرین تعامل مشتری، سوابق خرید و موارد این‌چنینی باعث می‌شود که سطح همکاری در شرکت وارد مرحله‌ی جدیدی شود و دیگر شاهد بی‌نظمی یا مواردی مثل گم‌شدن داده‌های مشتری نباشیم.

این سیستم، امکانات زیر را برای این شرکت‌های مسافرتی و مهاجرتی فراهم می‌کند:

- جمع‌آوری و ثبت اطلاعات مشتریان و در نتیجه بهبود سرعت و کیفیت کار
- ذخیره‌سازی اقدامات مربوط به پرونده‌های مهاجرتی و یا مراحل خرید بلیت و

رزرو تور از ابتدا تا انتها

- طبقه‌بندی مشتریان و شخصی‌سازی پیام‌ها
 - تجزیه و تحلیل و گزارش‌دهی روند کار
 - اتوماسیون فعالیت‌های روزانه و پیش‌پاافتاده‌ی کارکنان و در نتیجه صرفه‌جویی در زمان و انرژی آن‌ها
 - برقراری و حفظ ارتباط مؤثر با مشتریان
 - ارزیابی عملکرد کارکنان
 - کمک به شناسایی خصوصیات و علاقه‌مندی مشتریان و ارائه‌ی پیشنهادهای متناسب با آن
 - ساده‌سازی فرآیند خرید برای مشتریان
- سی آر ام برای تمامی کسب‌وکارها الزامی است اما اهمیت آن برای شرکت‌هایی مثل شما، دوچندان است. شرکت‌های مسافرتی و تحقیقات نشان داده که استفاده از نرم‌افزارهای CRM باعث رشد ۳۰۰ درصدی نرخ تبدیل می‌شود. همچنین داده‌های متمرکز مشتریان در پایگاه داده‌ی CRM می‌تواند در جهت بهبود خدمات مشتری و فراهم‌آوردن تجربه‌ای فوق‌العاده و شخصی‌سازی‌شده در استفاده از خدمات شرکت استفاده شود.

برای آشنایی بیشتر با CRM مخصوص شرکت‌های مسافرتی و مهاجرتی، روی لینک

زیر کلیک کنید.

yun.ir/h01pv

۲۶. وبسایت جذابی ایجاد کنید.

در دنیای دیجیتال امروز، وبسایت اولین نقطه‌ی تماس آژانس مسافرتی و شرکت مهاجرتی با سرنخ‌ها است. این هم نقطه‌ی شروع شماست. باید وبسایت مناسبی برای خودتان تهیه کنید. بسیاری از مشتری‌ها اطلاعات موردنیازشان را از خانه و از طریق اینترنت جستجو می‌کنند. به همین علت وبسایتتان در هدایت مشتری‌های بالقوه به سمت شرکت اهمیت بالایی دارد، زیرا باعث ایجاد تعامل با آن‌ها و در نتیجه شکل‌گیری اعتماد خواهد شد. اولین اثری که وبسایت بر روی مخاطبان می‌گذارد مشخص می‌کند که مشتری‌های بالقوه تا چه حد جذب آژانستان خواهند شد. بر اساس بررسی‌هایی که انجام شده است، ۹۴ درصد از افراد به دلیل طراحی نامناسب وبسایت یک شرکت نسبت به آن بی‌اعتماد می‌شوند و از ادامه‌ی جستجو صرف‌نظر می‌کنند. بنابراین لازم است وبسایتی جذاب با تصاویر و محتوای حرفه‌ای ایجاد کنید.

به‌علاوه مشتری‌ها باید بتوانند اطلاعات موردنیاز خود را پیدا کنند: برنامه‌های مختلف سفر، بسته‌های پیشنهادی، تاریخ‌ها، خدمات مربوط به مهاجرت و غیره. به خاطر داشته باشید که به‌طور مداوم آن را به‌روزرسانی کنید. امکان رزرو آنلاین را هم حتماً در سایت بگذارید. اگر مشتری‌های بالقوه مجبور شوند تا برای برقراری تماس

صبر کند، به راحتی ممکن است آن‌ها را از دست بدهید. علاوه بر این از آنجا که بسیاری از افراد ترجیح می‌دهند تمام کارهای اینترنتی خود را بر روی موبایل انجام دهند، حتماً نسخه‌ی موبایل وبسایت خود را هم در دسترس مخاطبانتان قرار دهید

۲۷. وبلاگی با مقالات مفید و سئوشده داشته باشید.

روی بازاریابی محتوا تمرکز کنید. فقط استفاده از بسته‌های مسافرتی و پیشنهادهای شگفت‌انگیز کافی نیست. در برخی مواقع مشتری بالقوه در مورد امکانات موجود و کارهایی که می‌تواند انجام دهد، هیچ ایده‌ای ندارد و برای بررسی در مورد بهترین مکان‌ها برای سفر یا روش‌های مهاجرتی به اینترنت مراجعه می‌کند. به همین علت لازم است تا مقاله‌های مفیدی را ارائه کنید تا مخاطبان و مشتری‌های بالقوه بتوانند اطلاعات موردنیازشان را در آنجا پیدا کنند.

اما اگر مخاطبان این اطلاعات را نبینند، برایتان فایده‌ای ندارد. به همین علت لازم است تا محتوایتان از لحاظ سئو بهینه‌سازی شوند. در میان هزاران وبسایت مربوط به آژانس‌های مسافرتی و شرکت‌های مهاجرتی، فقط سایت‌هایی سرخ به دست می‌آورند که در صفحه‌ی اول گوگل قرار داشته باشند. برای اینکه بتوانید محتوای سایتتان را از لحاظ سئو بهینه‌سازی کنید لازم است از متخصصان سئو کمک بگیرید.

۲۸. شبکه‌های اجتماعی

وقتی در رسانه‌های اجتماعی حضوری قوی داشته باشید، تعداد زیادی دنبال‌کننده

به دست خواهید آورد و می‌توانید عملاً از آن‌ها برای تبلیغ و بازاریابی رایگان استفاده کنید. رسانه‌های اجتماعی برای دیده شدن و برندینگ بسیار مفید هستند. به خاطر داشته باشید که ۵۵ درصد از کاربران در شبکه‌های اجتماعی به صفحات مربوط به سفر علاقه‌مند هستند و آن را دنبال می‌کنند. به همین علت لازم است بر روی حضور قوی در رسانه‌های اجتماعی تمرکز کنید. نکته‌ی بسیار قابل‌توجه در مورد رسانه‌های اجتماعی این است که می‌توانید با تمام گروه‌های سنی ارتباط داشته باشید و در نتیجه با ارائه‌ی خدمات برای هر گروه نظرشان را جلب کنید. همچنین می‌توانید از آن به‌عنوان فرصتی برای ایجاد روابط با مشتری‌های قدیمی و ایجاد ارتباطات جدید با مشتری‌های بالقوه استفاده کنید. دنبال‌کنندگان را با ارائه‌ی محتوای آموزشی سودمند در ارتباط با مهاجرت یا انتخاب مکان‌های مناسب جهت سفر و نیز امکانات موجود برای کاهش هزینه‌ها درگیر کنید.

۲۹. از اینفلوئنسرها کمک بگیرید.

اینفلوئنسر مارکتینگ روی جذب مخاطبان اثر چشمگیری دارد. بسیاری از افراد ترجیح می‌دهند تا توصیه‌های اینفلوئنسرها را دنبال کنند، زیرا آن شخص ارتباطی مبنی بر اعتماد با دنبال‌کنندگان‌اش ایجاد کرده است. کمک گرفتن از این افراد باعث می‌شود تا افراد زیادی خدمات شرکت و آژانستان را ببینید و به استفاده از این خدمات علاقه‌مند شوند. در ایران اینفلوئنسرهای بسیاری در حوزه‌ی سفر و مهاجرت داریم که می‌توانید از آن‌ها کمک بگیرید.

۳۰. روش‌هایتان را به‌دقت ارزیابی کنید.

تبلیغات گران هستند و زمان‌بر؛ به همین علت باید هر کمپین تبلیغاتی را به‌دقت بررسی کنید تا کارآمدترین استراتژی را مشخص کرده و سایر استراتژی‌ها را تغییر دهید. وقتی روی بهترین روش سرمایه‌گذاری کنید، بهترین نتیجه را هم می‌گیرید و مشتری‌هایتان زیاد می‌شوند.

۳۱. انتظارات مشتری‌ها را مدیریت کنید.

بسیاری از افرادی که برای دریافت خدمات مهاجرتی (مخصوصاً مهاجرت تحصیلی) به سراغتان می‌آیند، بازه‌ی زمانی خاصی را مدنظر دارند. به خاطر داشته باشید که ارائه‌ی یک جدول زمانی نسبتاً دقیق می‌تواند تأثیر زیادی در رضایتمندی از خدماتی که ارائه می‌دهید و در نتیجه معرفی مشتری‌های ارجاعی داشته باشد. اگر به هر دلیل نتوانستید به برنامه‌ریزی که در ابتدا به مشتریان اختصاص دادید، عمل کنید لازم است پیش از آنکه خودش به سراغتان بیاید، دست‌به‌کار شوید و این موضوع را به آن‌ها اطلاع دهید و تمام اقدامات لازم را برای جبران این مشکل انجام دهید.

۳۲. با کسب‌وکارهای مرتبط در مناطق مختلف شریک شوید.

بر اساس بررسی‌های انجام شده، یک چهارم از مسافران به دنبال شرکت‌ها و آژانس‌های مسافرتی هستند که اطلاعاتی قوی در مورد غذاها، مناطق و اطلاعاتی در

ارتباط با مقاصد سفرشان داشته باشند. بنابراین شریک شدن با ارائه‌دهندگان محلی می‌تواند نقش چشمگیری در افزایش مسافران آژانستان داشته باشد.

حتی می‌توانید با شرکت‌ها و بیزینس‌های نزدیک خودتان همکاری کنید. خدمات ویژه‌ای برایشان در نظر بگیرید و از آن‌ها بخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند.

۳۳. به یادگیری ادامه دهید و مدارک خود را به‌روز نگه دارید.

تجربه‌ی آژانس مسافرتی یا شرکت مهاجرتی خود را به نمایش بگذارید و با پروسه‌ی آموزش خودتان را متمایز کنید. مشتریان اگر متوجه شوند که نسبت به آن‌ها تعهد دارید، به مهارت‌های آژانس شما بیشتر اعتماد می‌کنند. بنابراین از نمایش تجربه‌ای که کسب می‌کنید یا دوره‌ی آموزشی‌ای که می‌گذرانید، نترسید.

مثلاً در یک کنفرانس مرتبط شرکت کنید و با نمایش آن در شبکه‌های مجازی برای خودتان بازاریابی کنید. حتی می‌توانید به مسافرت‌هایی کوتاه بروید و تجربه‌ی سفر و همین‌طور نکات جالب آن نقاط را منتشر کنید.

۳۴. 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، سروقت حاضر شوید و زبان بدن درستی داشته باشید، خیلی در فروش بلیت و

خدمات توریستی مؤثر است. لبخند زدن را فراموش نکنید.

۳۵. در مورد رقبایتان بدگویی نکنید.

بدگویی از دیگران پدیده‌ای به نام انتقال خودجوش افکار را ایجاد می‌کند. عملکرد مغز به‌گونه‌ای است که حرف‌ها و نکات منفی را به‌گوینده‌ی آن (یعنی شما) نسبت می‌دهد. پس اگر بدگویی می‌کنید، بدانید که مغز مشتریان آن خصلت‌های منفی 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.

۳۶. مثل مشتری‌ها رفتار کنید.

وقتی کسی برای خرید بلیت به شما مراجعه می‌کند، به رفتارهایش دقت کنید و حرکات و حالات او را تکرار کنید. تحقیقات نشان داده که این کار باعث می‌شود دیگران دید بهتری نسبت به شما داشته باشند. تکنیک تقلید (چه به‌صورت کلامی و چه به‌صورت غیرکلامی) بارها بررسی شده و کارایی‌اش اثبات شده است.

برای مثال در سال ۲۰۰۹ پژوهشی روی ۶۰ نفر انجام شد. از این افراد خواسته شد تا با هم مذاکره کنند. کسانی که در مذاکره از تکنیک تقلید از حرف‌ها و طرز نشستن یکدیگر استفاده کردند، در ۶۷ درصد مواقع به توافق رسیدند. و گروه دیگری که از

تکنیک تقلید از شریکشان استفاده نکرده بودند، فقط ۱۲.۵ درصد به توافق رسیدند. خوب است که بخشی از حرف‌های مشتری را هم تکرار کنید. مثلاً وقتی صحبت‌های مشتری تمام شد، بگویید: «پس شما می‌خواهید که ویزای شینگن بگیرید و بعد به چند کشور سفر کنید. درست است؟» این کار به مشتری نشان می‌دهد که به دقیق به حرف‌هایش گوش کرده‌اید.

۳۷. گزینه‌هایتان را محدود کنید.

گزینه‌های زیاد مشتری‌ها را گیج می‌کند. روی یک الی سه گزینه تمرکز کنید و مشتری را گیج نکنید. ارائه‌ی گزینه‌های زیاد به‌نوعی استفاده‌ی برعکس از FOMO محسوب می‌شود. یعنی به مشتری این حس را می‌دهید که اگر همین حالا تصمیم بگیرد، ضرر می‌کند و چیزی را از دست می‌دهد.

۳۸. SMS بفرستید.

ارتباطتان با مشتری‌ها را حفظ کنید. این‌گونه همیشه در ذهنشان می‌مانید و وقتی آماده‌ی سفر باشند، اولین شرکتی که برای دریافت تور و بلیت هواپیما به ذهنشان می‌رسد، شما هستید.

۳۹. از کنار مشتریان شاکی، راحت عبور نکنید.

به اعتراضات و شکایت‌های مشتریان اهمیت بدهید و سرسری از آن‌ها عبور نکنید.

از این موقعیت به ظاهر 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 تا آخر عمر مشتری شما باشند و برایتان مشتری‌های بیشتری بیاورند.

۴۰. از مشتری‌های قدیمی غافل نشوید.

ارتباطتان را با مشتریان سابق حفظ کنید. به سرخ‌های قدیمی و یا مشتری‌هایی که چند وقتی است چیزی نخریده‌اند، توجه کنید. CRM را چک کنید و بعد با آن‌ها تماس بگیرید. فقط حتماً حواستان به توضیحاتی که درباره‌ی مشتری در CRM قید کرده‌اید، باشد. آن وقت به مشتری نشان می‌دهید که خاطرتان هست قبلاً چه گفته و شنیده‌اید و برای مشتری ارزش قائلید. حتی اگر قبلاً از مشتری «نه» شنیده باشید، ممکن است نظرش عوض شده باشد.

نکته: حتماً پیشنهادهای جدید و جذابی را به این مدل مشتری‌ها ارائه کنید. طوری که نتوانند نه بگویند.

۴۱. پیشنهادهایتان را جذاب کنید و کنجکاوی مشتری را تحریک کنید.

برای همراه کردن مشتری و تشویق آن‌ها به خرید، باید کنجکاوی آن‌ها را برانگیزید. در قدم اول خودتان را جای مشتری بگذارید، چه سؤالاتی برایتان پیش می‌آید؟ چرا خدمات شما باید برای مشتری‌ها جذاب باشد؟ محصولاتتان کدام نیاز مشتری‌ها را برطرف می‌کنند؟ بعد به این سؤالات پاسخ دهید. روی پاسخ‌هایتان کار کنید. یک پاسخ جذاب پیدا کنید. این‌گونه برای پاسخ به همه‌ی سؤالات مشتری آماده هستید و پاسخ‌های خیلی خوبی هم دارید.

۴۲. خوب گوش کنید.

در اولین تعامل با مشتری، به‌خصوص اگر اطلاعاتی از قبل در مورد او ندارید، سعی کنید تا حد امکان هر چه بیشتر گوش کنید. هرچقدر جو را دوستانه‌تر نگه دارید، مشتری بیشتر ترغیب می‌شود تا صحبت کند. بنابراین لازم است که بتوانید چنین شرایطی را به شکلی مناسب فراهم کنید. اگر زمانی را برای شنیدن حرف‌های مشتری اختصاص دهید و شیوه‌ی درستی را برای صحبت با مشتری پیش بگیرید، بعداً می‌توانید از این اطلاعات حداکثر استفاده را ببرید.

امیدواریم که نکات گفته‌شده در این فایل، بتوانند کمک هرچند کوچکی به بهبود وضعیت شما کرده باشند. خوشحال می‌شویم نظرتان را با ما به اشتراک بگذارید تا بتوانیم محتواهای تولیدشده در دیدار را مفیدتر از قبل به مخاطبین ارائه کنیم.

★★★★★
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؟



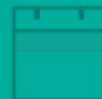
یک ساعت بعد از شروع :

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