

دیدار

didar.me

# رازهای افزایش فروش شرکت‌های بازرگانی



۵۷ تکنیک برای شکست رقبا

رازهای افزایش فروش شرکت‌های بازرگانی	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
سارا رنجبران	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
تابستان سال ۱۴۰۱	زمان انتشار
ابردانش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	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 افزایش فروش شرکت‌های بازرگانی» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دریافت این کتاب از سایت دیدار](#)

## ۵۷ تکنیک برای شکست رقبا

شروع تحریم‌ها و شرایط اقتصادی، اولین ضربه به شرکت‌های بازرگانی بود و شیوع کرونا و توقف و کاهش تجارت‌های بین‌المللی، دومین ضربه‌ی بزرگ. ادامه دادن در چنین شرایطی، بسیار سخت است و بسیاری از شرکت‌های بازرگانی کوچک، فعالیتشان را کاملاً متوقف کرده‌اند.

اما این پایان کار نیست و روش‌های بسیاری برای موفقیت وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید. در این فایل PDF کوتاه، می‌خواهیم ۵۷ تکنیک را با هم مرور کنیم که باعث می‌شوند متفاوت از رقبا باشید و مشتری‌های بیشتری جذب کنید.

## ۱. وبسایت قوی

در دنیای امروز افراد برای کسب هر نوع اطلاعاتی معمولاً به سراغ اینترنت می‌روند. به همین علت لازم است وبسایت قدرتمند و به‌روزی داشته باشید. اطلاعات تماس، اطلاعات مهم مربوط به روند خدماتی که ارائه می‌دهید و فرآیندهای شرکت را در آن قرار دهید تا مخاطبان و مشتری‌های بالقوه با خدمات شرکتتان بهتر آشنا شوند. وبسایتتان تا حد امکان جذاب و در عین حال به راحتی برای همه قابل استفاده باشد. از آنجایی که قرار است در فضای تجارت بین‌الملل فعالیت کنید، حتماً وبسایتتان را چندزبانه طراحی کنید.

## ۲. ثبت اطلاعات در بانک اطلاعات مرجع

وقتی مشتری‌های بالقوه در پی یافتن شرکت‌های بازرگانی برای واگذاری امور مربوط به صادرات و واردات کالاهای خود باشند، اولین جایی که به آن مراجعه می‌کنند به احتمال زیاد اینترنت و فضای مجازی است. و تحقیقات نشان داده که مردم بیشتر به شرکت‌های بازرگانی و صادراتی اعتماد می‌کنند که در دایرکتوری‌ها ثبت شده باشد. به همین علت لازم است تا اطلاعات کاملی از شرکت خود را در مراجع معتبر ثبت کنید تا بهتر دیده شوید و به این طریق بتوانید مشتری‌های بیشتری را به سمت خود جذب کنید. [بانک اطلاعات مشاغل](#)، [مرجع اطلاعات مشاغل کشور](#) و [یا نئوفارم](#) از جمله این مراجع برای ثبت اطلاعات شرکت بازرگانی هستند.

### ۳. برندینگ

رعایت اصول برندینگ و طراحی لوگوی جذاب، می‌تواند باعث افزایش فروشتان شوند. لوگو باعث می‌شود تا مشتری‌های بالقوه در نگاه اول، و به صورت ناخودآگاه، اهداف نهفته در مجموعه‌تان را دریابند. استفاده از علائم بصری، به دلیل تأثیری که بر روی مخاطبان و مشتری‌های بالقوه دارد، نقش چشم‌گیری در جذب مشتری خواهد داشت. لازم است که لوگویتان را جذاب و در عین حال معنادار انتخاب کنید. این لوگو در واقع معرف شرکت بازرگانی‌تان است.

### ۴. محتوای مفید

حوزه‌ی بازرگانی شامل قواعد و قوانین و اصطلاحات تخصصی است و قوانین و بخش‌نامه‌های آن به طور دائم در حال تغییر است. از سوی دیگر بسیاری از افراد با این اطلاعات آشنایی کافی ندارند. پس ارائه‌ی اطلاعات مفید در وبسایت می‌تواند میزان کارآمدی و تسلطتان را نشان دهد. با انجام این کار می‌توانید به شکلی مؤثر افراد را به استفاده از خدماتتان ترغیب کنید. استفاده از این شیوه به آگاهی از برند، جلب اعتماد مخاطبان و مشتری‌های بالقوه می‌انجامد و باعث می‌شود که راحت‌تر خدمات شرکتتان را انتخاب کنند.

### ۵. سرمایه‌گذاری روی سئو

بازاریابی محتوایی، برای افزایش و جذب مشتری به شرکت بازرگانی اهمیت زیادی

دارد. اگر روی تولید محتوای جذاب و پیاده‌سازی اصول سئو تمرکز کنید، مشتری‌ها خودشان به وبسایت شما می‌رسند؛ حجم سرخ‌ها و ورودی‌هایی که از گوگل خواهید گرفت، بسیار بالا و باکیفیت است. تنها چیزی که لازم دارید، یک متخصص سئو است تا کلمات کلیدی مناسب شما را مشخص کند.

## ۶. به‌روز باشید.

حضور فعال در فضای مجازی و بهره‌مندی از اطلاعات باعث می‌شود که شرکتتان را به‌روز نگه دارید. سعی کنید همیشه جدیدترین اطلاعات و ایده‌ها را به دست آورید. در مورد آخرین دستورات عمل‌ها و شرایط و بخش‌نامه‌ها اطلاعات کافی داشته باشید. تنها در این صورت است که می‌توانید اعتماد مشتری‌ها و مشتری‌های بالقوه را جلب کنید.

## ۷. در انجمن‌های مختلف حضور داشته باشید.

انجمن‌های مختلفی برای شرکت‌های بازرگانی وجود دارد. سعی کنید تا حد ممکن به عضویت آن‌ها درآیید تا به این طریق حضورتان را به مخاطبان و مشتری‌های بالقوه اعلام کنید. در این صورت بهتر خدماتتان را معرفی می‌کنید. برای مثال می‌توانید بسته به نوع فعالیتتان در [انجمن واردکنندگان مواد غذایی و آشامیدنی](#) یا [انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی ایران](#) عضو شوید.

## ۸. با مشتری‌ها ارتباط برقرار کنید.

ارتباط با مشتری‌هایتان را حفظ کنید. گاهی مشتری‌ها ترجیح می‌دهند به جای جستجو در اینترنت و بررسی وبسایت، به طور مستقیم با خودتان ارتباط برقرار کنند و دقیق از خدمات شرکتتان آگاه شوند. بنابراین سعی کنید وقت کافی برای برقراری ارتباط با چنین افرادی را در نظر بگیرید و به پرسنل هم آموزش‌های کافی را بدهید. به خاطر داشته باشید که مشتری‌ها نباید احساس کنند که با یک نوار ضبط‌شده مواجه هستند. پس رباتی و ماشینی عمل نکنید.

## ۹. دسترسی را آسان کنید.

در شرکت‌های بازرگانی امکان دسترسی آسان به خدمات از اهمیت بالایی برخوردار است. به همین علت برای جذب مشتری‌های بیشتر باید کاری کنید که مشتری‌ها بتوانند به راحتی با شرکتتان ارتباط برقرار کنند.

## ۱۰. در نمایشگاه‌های تجاری واردات و صادرات شرکت کنید.

حضور در نمایشگاه‌ها می‌تواند فرصتی عالی باشد. شرکت‌های بازرگانی برتر دنیا با حضور در نمایشگاه‌های تجاری روابط خود را با مخاطبان و مشتری‌های بالقوه تقویت کرده و حضورشان را در این بازار به شکلی مناسب اعلام کنند. در این نمایشگاه‌ها فرصت بیشتری برای برقراری ارتباط مستقیم با مشتری‌های بالقوه وجود دارد. به علاوه با کمی تلاش می‌توانید به بهترین شکل شرکتتان را معرفی کنید.

**نکته‌ی مهم:** شرکت در نمایشگاه‌های ملی یا بین‌المللی به شما کمک می‌کند با کسب‌وکارهایی که پایگاه مشتری مشابهی با شما دارند اما رقیب مستقیم به حساب نمی‌آیند، آشنا شوید. به واسطه‌ی همین آشنایی با آنها شروع به همکاری کنید. استراتژی‌های مبتنی بر همکاری برای جذب مشتریان هم‌دیگر بچینید. این روش هزینه‌های بالایی هم ندارد. برای مثال اگر در حوزه‌ی لباس کودک کار می‌کنید با شرکت‌های تولیدکننده‌ی لباس بارداری همکاری نمایید.

## ۱۱. متمایز باشید.

استفاده از راهکارهای بهینه در شرکت‌های بازرگانی متمرکز بر صادرات و واردات، اهمیت بسیار زیادی دارد و می‌تواند باعث ایجاد تمایز شرکتتان در میان رقبا شود. باید از روش‌هایی استفاده کنید که با هزینه‌ی کمتر، سرعت بیشتر و دقت بالاتر فرآیندهای مربوط به صادرات و واردات را انجام بدهند. این کار نقش چشم‌گیری در جلب رضایت مشتری‌ها خواهد داشت. مشتری‌های راضی ارزان‌ترین روش جذب مشتری‌های جدید هستند. آنها خودشان شما را به دیگران معرفی می‌کنند.

## ۱۲. تسلط به زبان‌های مختلف

شرکت‌های بازرگانی بین‌المللی معمولاً با کشورهای مختلف مراودات تجاری دارند. بنابراین برای ایجاد اعتماد در مشتری‌ها و نشان دادن کارآمدی و تسلط شرکتتان لازم است امکان انجام فرآیندها به زبان‌های دیگر یا از طریق خودتان و یا مترجم‌های

قابل اعتماد وجود داشته باشد. علاوه بر این وبسایت هم باید چندزبانه باشد. این مهم‌ترین تکنیک افزایش مشتری شرکت بازرگانی است که کمتر کسی به آن توجه می‌کند. همین یک کار می‌تواند باعث ایجاد اعتماد در مشتری‌ها و جذب آن‌ها شود.

### ۱۳. روی حوزه‌ی تخصصی خودتان تمرکز کنید.

لازم است که تمام تمرکز خود را بر روی حوزه‌ی تخصصی فعالیت خود قرار دهید. جستجو به دنبال مشتری‌های بالقوه در بازارهای دیگر بی‌فایده است. زیرا فعالیت در بازارهای جدید تلاش و هزینه‌های (مالی و زمانی) زیادی می‌طلبد و لزوماً نتیجه‌ی خوبی نخواهد داشت. بهتر است یک حوزه انتخاب کنید، متخصص‌ترین شرکت بازرگانی در آن حوزه شوید و مشتری‌هایتان را در آن جا بیابید.

### ۱۴. آموزش را فراموش نکنید.

باید خدماتی حرفه‌ای ارائه دهید تا بتوانید اعتماد مشتری‌ها را جلب کنید. از این طریق کارآمدی و صلاحیت شرکتتان را هم به اطلاع مشتری‌های بالقوه می‌رسانید. همه‌چیز به آموزش و آگاهی شما برمی‌گردد. باید در دوره‌های مختلف شرکت کنید، جدیدترین تکنیک‌ها و قوانین بازرگانی را بدانید و به‌روزترین و ارزان‌ترین گزینه‌ها را به مشتریان ارائه کنید. وقتی این شیوه را به کار بگیرید مشتری‌ها از خدماتی که ارائه می‌دهید رضایت‌مندی بیشتری خواهند داشت و در این صورت روابط بلندمدتی

را با شرکتتان برقرار می‌کنند.

## ۱۵. مشتری‌های ارجاعی بخواهید.

ارائه‌ی خدمات مطلوب مساوی است با جلب رضایت مشتریان. و مشتریان خشنود تمایل دارند که این تجربه‌ی موفق را با دیگر افراد به اشتراک بگذارند. اما بر اساس بررسی‌های انجام‌شده به طور معمول تا از آن‌ها درخواست نکنید این کار را انجام نخواهند داد. به همین علت حتماً باید راهی برای درخواست معرفی و ارجاع پیدا کنید.

## ۱۶. در مناقصات شرکت کنید.

یکی از روش‌های جذب و افزایش مشتری برای شرکت‌های بازرگانی مناقصات است. می‌توانید با شرکت در مناقصه‌ها مشتری‌ها را شناسایی کنید و با ارائه‌ی خدمات مطلوب در خارج از مناقصه، آن‌ها را جذب کنید. در پایگاه اطلاع رسانی مناقصات کشور پارس نماد می‌توانید از آخرین مناقصات کشور در حوزه‌ی بازرگانی اطلاع پیدا کنید.

## ۱۷. از نرم‌افزار CRM استفاده کنید.

ماهیت فعالیت و کار شرکت‌های بازرگانی به گونه‌ای است که فرآیندهای بسیار گسترده‌ای باید به طور هم‌زمان پیگیری و انجام شود. برای نمونه در حوزه‌ی واردات

لازم است اقدامات مربوط به انبارداری کالا، فرآیندهای ترخیص، بازرسی‌های گمرک و غیره در مدت زمان مشخصی صورت بگیرد. هر تاخیری به معنی افزایش هزینه‌ها و بی‌اعتمادی مشتری خواهد بود. و ارائه‌ی عملکرد مطلوب در سطح بالا بدون نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری ممکن نیست. برخی از ویژگی‌های این نرم‌افزار برای شرکت‌های بازرگانی عبارت است از:

- پیگیری درست و اصلی مشتری‌ها
- مدیریت فرآیندهای انبارداری، خرید و فروش و صورت‌حساب‌ها در راحت‌ترین حالت ممکن
- کاهش خطای انسانی در نتیجه‌ی اتوماسیون و حذف فرآیندهای دستی
- ارسال سریع پیش‌فاکتور و اتوماسیون پرداخت چندمرحله‌ای (قابلیت ارسال اتوماتیک پیامک‌های یادآوری اقساط)
- آنالیز کمپین‌های تبلیغاتی و مدیریت اصولی هزینه‌ها
- حفظ اطلاعات و داده‌های مشتری‌ها و امنیت داده‌ها
- بالا رفتن سرعت انجام فرآیندها
- برقراری ارتباط از طریق کانال‌های مختلف با مشتری‌ها
- ذخیره‌سازی مدارک
- ایجاد داشبورد برای هر یک از کارمندان، با قابلیت بررسی عملکرد و اضافه کردن

وظیفه به آن

- طراحی کارباز فروش منحصربه‌فرد برای خودتان و مدیریت دقیق آن

- گزارش‌های جامع

برای آشنایی با نرم‌افزار CRM مخصوص شرکت‌های بازرگانی، روی لینک زیر کلیک

کنید:

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

## ۱۸. اطلاع از قوانین فروش و بازاریابی در کشورهای دیگر

یکی از اصلی‌ترین تکنیک‌های فروشندگی این اطلاعات وسیعی در مورد بازارهای خارجی داشته باشید. هر بازار نیازمندی‌ها و ویژگی‌های خاص خود را دارد. به همین علت با ارائه‌ی اطلاعات مناسب می‌توانید رضایت‌مندی بیشتری در مشتریان ایجاد کنید.

یکی از مزایایی که شناخت کشورهای دیگر یا در حوزه‌ی کوچک‌تر شهرهای دیگر برای افزایش فروش دارد، امکان گسترش بازار است. گسترش به بازارهای جدید می‌تواند پرهزینه باشد، اما از سوی دیگر احتمالاً پایگاه مشتریان شما را افزایش دهد. تحقیقات بازار به شما کمک می‌کند تا بازارهای بالقوه‌ی جدید را بشناسید و همین‌طور یک استراتژی ویژه برای مناطق جدید طراحی کنید. اجرای شیوه‌های فروش و بازاریابی حوزه‌های جدید باعث می‌شود بتوانید مشتریان جدید جذب

کنید. البته فراموش نکنید باید بازاریابی، فروش، توزیع و افزایش تولید خود را برای پاسخگویی به تقاضای جدید در نظر بگیرید که باید توسعه داده شود.

## ۱۹. تسلط کامل بر امور

یکی از دلایلی که مشتری‌ها و شرکت‌های مختلف شما را برای انجام امور بازرگانی انتخاب می‌کنند، این است که در مورد شرایط و وضعیت موجود و قوانین اطلاع کافی ندارند. بنابراین لازم است اطلاعات کاملی از شرایط و قواعد مربوط به امور گمرک، ترخیص، روش‌های حمل و نقل، بیمه و تمام راهکارهای جایگزین داشته باشید تا در صورت لزوم به مشتری پیشنهاد دهید. با انجام این کار می‌توانید میزان تسلط و کارآمدی شرکتتان را به مشتری‌ها نشان دهید و باعث ایجاد رضایت‌مندی در مشتری‌هایتان شوید.

## ۲۰. مدیریت ریسک

هر چقدر هم بر امور مسلط باشید، رخدادهای پیش‌بینی نشده‌ی زیادی می‌تواند در فرایند صادرات و واردات بروز کند. لازم است این رخدادهای را به بهترین شکل مدیریت کنید. مثلاً ممکن است دچار مشکلات ناشی از تأخیر در ترخیص یا تغییر بخش‌نامه‌های گمرک شوید؛ یا اینکه در حمل‌ونقل مشکلاتی پیش بیاید. برای جلب رضایت مشتری‌ها لازم است تا تمام این شرایط را تا حد ممکن از قبل پیش‌بینی کنید و راه‌حل داشته باشید.

## ۲۱. شناسایی بازارهای هدف

با توجه به گستردگی حوزه‌ی فعالیت شرکت‌های بازرگانی، باید بازار و مشتری‌های هدف خود را شناسایی کنند و بر ارائه‌ی خدمات به آن‌ها تمرکز نمایند. با محدود کردن فعالیت شرکتتان به حوزه‌ای خاص می‌توانید خدمات مطلوب‌تری ارائه دهید. اگر بخواهید در تمام حوزه‌ها و بازارها فعالیت کنید، با چالش‌ها و شرایط مختلفی مواجه خواهید شد که باعث اتلاف انرژی‌تان خواهد شد. و این موضوع می‌تواند به نارضایتی مشتریان منجر شود.

## ۲۲. روش‌های حمل‌ونقل بهینه

یکی از موضوعات مهم در شرکت‌های بازرگانی مربوط به حمل‌ونقل است. برای اینکه بتوانید فروش را در صنعت بازرگانی افزایش دهید، لازم است خدمات متمایز، مقرون‌به‌صرفه و امن ارائه کنید.

## ۲۳. ارائه‌ی خدمات مورد نیاز مشتری‌ها

همان‌طور که گفته شد در ارتباط با امور بازرگانی و صادرات و واردات موضوعات بسیار زیادی وجود دارد که بسیاری از مشتری‌ها از آن بی‌خبرند. علاوه بر بخش‌نامه‌ها و قوانین و مقررات و فرآیندهای رسمی که باید انجام گیرید، بسیاری از مشتری‌ها در مورد شرایط بازار و وضعیت حاکم بر آن اطلاعات کافی ندارند. یا در قواعد مربوط به بازرسی‌های گمرک با موانع جدی مواجه هستند. در این شرایط شرکت بازرگانی

خوب می‌تواند با ارائه‌ی خدماتی کارآمد برای رفع این مشکلات و چالش‌ها اعتماد و رضایت بیشتری را در مشتری‌های خود ایجاد کند که این شیوه در افزایش فروش اهمیت چشم‌گیری دارد.

## ۲۴. چالش‌های فرهنگی و زبانی را در نظر بگیرید.

از آنجا که حوزه‌ی فعالیت شرکتتان در بازارهای جهانی و کشورهای مختلف وسعت دارد، لازم است که ویژگی‌های فرهنگی آن‌ها را بشناسید و بر اساس آن اقدام کنید. به این ترتیب می‌توانید روابط جهانی خود را به شکلی چشم‌گیر توسعه دهید. در نظر گرفتن تفاوت‌های فرهنگی در طرح‌های تجاری باعث می‌شود تا شانس بیشتری برای یافتن شرکای تجاری خارجی داشته باشید و از این طریق بتوانید فروشتان افزایش دهید.

## ۲۵. مترجمان قابل اعتماد

احتمالاً این بند مستقیماً تأثیری نداشته باشد؛ اما لازم است بدانید که در تجارت بین‌المللی استفاده از مترجمان مجرب و قابل اعتماد از اهمیت بالایی برخوردار است. مترجم لازم‌ه ارتباط با مشتری‌ها و شرکا است و باید صلاحیت و توانایی بسیار بالایی داشته باشد. علاوه بر این می‌توانید در کارگاه‌های زبان و فرهنگ کشورها نیز شرکت کنید. از آنجا که روابط نقش مهمی در مراودات تجاری دارند، با تمرکز بر این موضوع می‌توانید فروش شرکت بازرگانی خودتان را تا حد قابل توجهی افزایش دهید.



## 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 خواهیم 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](#)

## ۲۶. درک خواسته‌های مشتری

یکی از مهم‌ترین اقدامات، درک خواسته‌های مشتری و پاسخ مناسب به آن‌ها است. از مشتری‌های فعلی نظرسنجی کنید و ببینید دقیقاً به دنبال چه چیزی هستند؟ آیا تعرفه‌ی مناسب برایشان اولویت دارد یا تحویل سریع‌تر؟ آیا به دنبال خدمات آنلاین و ۲۴ ساعته هستند و دوست دارند که در جریان روند کار قرار بگیرند؟ تا جایی که می‌توانید این خواسته‌ها را برآورده کنید.

## ۲۷. روابط شخصی

ایجاد روابط شخصی‌سازی‌شده، آسان‌ترین راه افزایش فروش است. با این کار مشتری‌ها حس ارزشمندی می‌کنند. وقتی مشتریانتان را به چشم منبع درآمد ببینید، حس بسیار مثبتی در آن‌ها ایجاد می‌کنید. همین حس باعث می‌شود که مشتری‌ها شما را به رقبای ترجیح بدهند. مثلاً درمورد شرکتشان بپرسید، اگر کاری از دستتان برمی‌آید دریغ نکنید و یا تجربه‌هایتان را در اختیارشان قرار دهید.

## ۲۸. آموزش بدهید.

بسیاری از مشتری‌های بالقوه‌تان به دلیل عدم آگاهی و اطلاعات اندکی که دارند، حتی اگر بخواهند هم نمی‌توانند به سراغ صادرات یا واردات کالا بروند. به همین علت لازم است تا با ارائه‌ی خدمات مناسب در خصوص آموزش به آن‌ها و اصطلاحات و امکانات موجود اطلاعات کافی را در اختیارشان قرار دهید. یادتان باشد که مشتری‌ها

در قدم اول به مشاوره نیاز دارند.

## ۲۹. تبلیغات جذاب و فراگیر

برای افزایش فروش شرکت بازرگانی، باید طوری برنامه‌ریزی کنید که مشتری‌ها پیدایتان کنند. به همین علت تبلیغات اهمیت بالایی دارد. بازار هدف‌تان را پیدا کرده و تبلیغات مناسب‌شان را ارائه کنید. مثلاً اگر در حوزه‌ی صادرات و واردات قطعات صنعتی فعالیت دارید شرکت‌های پیمانکار فعال در حوزه‌ی صنعت می‌توانند مشتری‌های مناسبی برایتان باشند. در این صورت برای تبلیغات می‌توانید به سراغ جاهایی بروید که احتمال حضورشان بیشتر است.

## ۳۰. ارتباط با مشتری‌های قدیمی

یکی از مهم‌ترین اقداماتی که برای افزایش فروش در شرکت‌های بازرگانی می‌توانید انجام دهید، تمرکز روی مشتری‌های قدیمی است. آن‌ها از خدمات شرکتتان اطلاع دارند و می‌توانند بهترین مشتری‌هایتان باشند. اگر مدتی است که از آن‌ها بی‌اطلاع هستید، حتماً به سراغشان بروید و در مورد شرایط و وضعیت فعلی‌شان پرس‌وجو کنید. حتی اگر در حال حاضر نیاز به خدماتتان نداشته باشند، این کار باعث می‌شود که نام شرکتتان در ذهنشان یادآوری شود و در صورتی نیاز به امور بازرگانی حتماً به سراغتان بیایند.

### ۳۱. روابط گسترده داشته باشید.

افزایش فروش در شرکت‌های بازرگانی به طور مستقیم به روابط سازنده و تمرکز بر گسترش این روابط وابسته است. به همین علت لازم است تا روابط خود را با افراد و سازمان‌های مختلف تا حد ممکن افزایش دهید. استفاده از این شیوه باعث می‌شود تا مشتری‌ها بیشتر به خدماتتان اعتماد کنند.

فعالیت‌هایی مانند حمایت مالی از رویدادهای اجتماعی، سخنرانی در گردهم‌آیی‌ها و حتی حمایت از تیم‌های کوچک ورزشی باعث می‌شود کسب‌وکار شما توسط افراد بیشتری شناخته شوند. در نتیجه باعث تحریک افزایش فروش خواهد شد.

### ۳۲. در سریع‌ترین حالت ممکن پاسخگو باشید.

هیچکس از انتظار خوشش نمی‌آید. چه در رستوران منتظر آماده شدن سفارش باشید، چه در بانک، چه در ترافیک و چه در انتظار پاسخ‌گویی مسئولین شرکتی در پشت خط تلفن.

این شرایط برای هیچ فردی خوشایند نیست و باعث ایجاد حس خستگی و کلافگی می‌شود. بنابراین عامل «سرعت» یکی از موثرترین عوامل موفقیت شما است. مخصوصاً اگر پای درخواستی درمیان باشد که مهلت زمانی داشته و یا هر دقیقه سبب ایجاد خسارت شود.

پس بر روی سرعت عملکرد تیم خود متمرکز شوید و پاسخ‌گویی سریع و مناسب را

در اولویت قرار دهید. CRM در این مورد هم کمک شایانی به شما خواهد کرد.

### ۳۳. مشتریان را با خود همراه کنید.

اگر مشتریان را در جریان روند کاری و برنامه‌های خود قرار دهید و به آن‌ها بگویید که با چه مسائلی درگیر هستید، چه مشکلاتی دارید و یا مراحل صادرات، واردات، ترخیص کالا از گمرک و غیره چگونه طی می‌شود، به آن‌ها کمک می‌کنید شرایط را به درستی درک کرده و انتظارات معقولی داشته باشند. مثلاً درخصوص فرایندها توضیح بدهید یا گزارش کار ارائه کنید.

### ۳۴. ایجاد احساس ارزشمندی در مشتریان

قدردانی در مشتریان و ایجاد حس ارزشمندی، آن‌ها را به شما علاقه‌مند و وفادار می‌سازد. زمانی که به آن‌ها احترام می‌گذارید، بابت حضور و خریدشان تشکر می‌کنید، خدمات ویژه‌ای را برایشان در نظر می‌گیرید و به پیشنهادها و انتقادهای آن‌ها گوش می‌دهید، باعث ایجاد تجربیات خوشایند در آن‌ها شده و رضایت مشتریان را افزایش می‌دهید.

رعایت همین چند نکته‌ی به ظاهر کوچک، تأثیر بزرگ و عمیقی را در افزایش میزان رضایت‌مندی مشتریان و در نهایت موفقیت و پیشرفت کاری‌تان خواهد داشت.

## ۳۵. شنونده‌ی خوبی باشید

این هم یکی از نشانه‌های احترام به مشتری است. از لحظه تعامل با مشتری تا انتهای مکالمه، با دقت و حوصله به صحبت‌های آن‌ها گوش دهید. همچنین سؤالاتی را بپرسید که نشان‌دهنده‌ی درک و توجه شما نسبت به نگرانی‌ها و نیازهای آن‌هاست. هرگز صحبت مشتریان را قطع نکرده و در میان صحبت آن‌ها، چیزی نگویید و در نهایت تمام سعی خود را برای پاسخ‌دهی مناسب و اعمال نظر آن‌ها به کار گیرید.

## ۳۶. نیازهای مشتریان را درک کرده و آن‌ها را برآورده کنید.

روش‌های زیادی وجود دارد که به شما در درک نیازهای مشتری کمک می‌کند. برای مثال:

- فرم‌های نظرسنجی تهیه کنید و از مشتریان درباره‌ی علایق و نگرانی‌هایشان بپرسید.
- به صحبت‌های آن‌ها به دقت گوش دهید و مشکلاتشان را کشف کنید.
- صفحات شخصی و شبکه‌های اجتماعی آن‌ها را دنبال کنید و موضوعات مورد علاقه و دغدغه‌هایشان را بررسی کنید.

## ۳۷. تا حد ممکن از تغییر اجتناب کنید.

عوامل مختلفی مانند مشکلات گمرکی، ترخیص کالا، اخذ مجوز و غیره وجود دارند

که می‌توانند باعث اختلال در برنامه‌ریزی‌های شرکت شوند. از طرفی دیگر مشتریان، به دلیل ارزش بالای معامله و ترس از ضرر، با تغییر راحت نیستند، آن‌ها شرکت‌های با ثبات‌تر را ترجیح می‌دهند، زیرا به آن‌ها راحت‌تر اعتماد کرده و احساس خوشایندتری دارند.

بنابراین خودتان تا حد ممکن از تغییر در رفتار، کیفیت خدمات و برنامه‌های خود اجتناب کنید و با پیش‌بینی تغییرات احتمالی و گزارش به‌موقع آن به مشتریان، احساس امنیت را در آن‌ها به وجود آورید.

### ۳۸. در دسترس باشید.

همیشه برای پاسخ‌دهی به مشتریان در دسترس باشید. اجازه دهید هر لحظه که می‌خواهند با شما وارد مکالمه شوند و درباره‌ی دغدغه‌ها و نگرانی‌هایشان صحبت کنند. کانال‌های مختلفی برای برقراری این ارتباط وجود دارد. از ارتباطات حضوری گرفته تا تماس‌های آنلاین (از طریق ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و غیره) و تلفنی. به علاوه برای پشتیبانی ۲۴ ساعته و خارج از ساعات اداری می‌توانید از برنامه‌هایی مانند چت زنده و یا ربات‌چت‌ها استفاده کنید.

### ۳۹. به مشتریان خود پاداش دهید.

برای مشتریان خود (فعلی یا احتمالی) پاداش‌هایی را متناسب با موقعیت و ارزش خرید آن‌ها در نظر گرفته و در زمان مناسب ارائه دهید.

کوپن‌های تخفیف، امتیازات ویژه، هدایایی نقدی و غیرنقدی و غیره می‌توانند نمونه‌هایی از این پاداش‌ها باشند. حتی ارائه‌ی تخفیف هم جزو تکنیک‌های بهبود خدمات مشتریان به حساب می‌آید اگر در جای درستی اعمال شود. با انجام این کار حس اعتماد و وفاداری را در مشتریان‌تان به وجود آورده و تجربیات خوشایند و به یادماندنی را در آن‌ها ایجاد می‌کنید.

## ۴۰. قول ندهید مگر اینکه به آن عمل کنید.

هیچ چیز به اندازه‌ی عهدشکنی موجب آزار مشتریان نمی‌شود. بنابراین قبل از اینکه قولی بدهید درباره‌ی توانایی‌تان مطمئن شوید.

## ۴۱. رسیدگی به شکایات

هر چند که شنیدن شکایت برای هیچ‌کس خوشایند نیست اما به عنوان یک شرکت بازرگانی موفق باید از شکایات مشتریان‌تان استقبال کرده و از آن‌ها درس بگیرید. به ناراحتی‌ها و نارضایتی‌های مشتریان خود با صبر و دقت گوش کنید و تمام تلاش‌تان را برای جبران آن به کار گیرید.

فراموش نکنید که مشتریان ناراضی بدون هیچ توضیح و صحبتی شرکت شما را ترک کرده و به رقبای شما رجوع می‌کنند. برای جلوگیری از این موضوع باید سیستم مؤثری برای نظرسنجی داشته باشید و بلافاصله پس از شناسایی مشتریان ناراضی، با آن‌ها تماس بگیرید. حتماً:

- از مشتریان‌تان بابت ثبت شکایات تشکر کنید.
- با حوصله و دقت به آن‌ها گوش دهید.
- منبع و دلیل اصلی شکایت را شناسایی کنید.
- تمام تلاش خود را برای جبران و جلب رضایت مجدد مشتریان انجام دهید.
- تجربه کسب کنید و از اتفاقات مشابه در آینده جلوگیری کنید.

## ۴۲. مفید باشید - حتی اگر هیچ سود فوری برای‌تان نداشته باشد.

باید به منافع مشتریان توجه کنید. اگر فقط به فکر منافع خودتان و کسب درآمد باشید، هرگز نمی‌توانید رضایت مشتریان را به‌طور کامل جلب کرده و خدمات مشتریان‌تان را بهبود بخشید.

باید به مشتری ثابت شود که نیاز یا خواسته او با محصول یا خدمات شما پاسخ داده می‌شود. سود مشتریان اولویت شخصی آن‌ها است. برای بهبود خدمات مشتریان باید خودتان را جای مشتری بگذارید: این محصول یا خدمت چطور مشکل من را حل می‌کند؟ پاسخ را یادداشت کنید. این همان سودی است که مشتری به دنبال آن است. برای مثال شرکت در جهت بهبود خدمات مشتریان یک فرصت ۳۰ روزه حق بازگرداندن محصول به فروشنده تعیین می‌کند. منفعت مشتری در این است که می‌تواند محصول را امتحان کند. در صورت عدم رضایت آن را برگرداند.

## ۴۳. فراتر از انتظار مشتریان ظاهر شوید.

ارائه‌ی خدمات اضافی همیشه باعث خوشحالی، رضایت و ایجاد تجربه‌ی خوشایند در مشتریان می‌شود. برای مثال در خرده‌فروشی‌ها و یا فروشگاه‌های آنلاین، فروشندگان معمولاً محصولات جانبی و یا اشیائون‌های مرتبط را همراه با محصولات اصلی به آن‌ها هدیه می‌دهند و یا هزینه‌ی ارسال را محاسبه نمی‌کنند. شما به عنوان مدیر یک شرکت بازرگانی چه نوع خدمات اضافی را می‌توانید به مشتریان خود ارائه دهید؟

## ۴۴. به خودتان اعتماد داشته باشید.

نباید فقط به سمت مشتری نگاه کنیم. یک سمت قضیه خود ما هستیم. با شک و تردید درباره‌ی برتری‌ها و خدمات خود صحبت نکنید. قدرت‌مند و با اعتمادبه‌نفس باشید. ویژگی‌ها و وجه تمایز خدماتتان را برای مشتریان شرح دهید و آن‌ها را مطمئن سازید که از هیچ تلاشی برای ارائه‌ی خدمات عالی دریغ نمی‌کنید.

## ۴۵. مهمانی برگزار کنید.

به غیر از برگزاری رویداد، سمینار و وبینار، برگزاری مراسم و مهمانی‌ها می‌تواند فرصتی را برای ملاقات و برقراری ارتباط با مشتریان در اختیارتان قرار دهد. با یک گردهم‌آیی و پذیرایی ساده می‌توانید فرصت آشنایی با مشتریان جدید و ارتباط با مشتریان فعلی را فراهم کنید. مکالمات مطرح شده در این مهمانی‌ها ایده‌های

جدید و بی‌نظیری را برایتان ایجاد می‌کنند. فقط باید گوش کنید.

به علاوه با انجام این کار حس وفاداری و تعلق خاطر را در مشتریان ایجاد می‌کنید. شرکت لکسوس معروف‌ترین برندی است که از این تکنیک برای بهبود خدمات مشتریان استفاده می‌کند.

## ۴۶. مشتری را بشناسید.

همکاری با شرکت‌ها و کارخانه‌ها، سود بی‌نظیری دارد. اما قبل از اینکه به سراغ این مشتری‌ها بروید، باید کاملاً آن‌ها را بشناسید. در قدم اول در مورد شرکت تحقیق کنید. مدیر شرکت کیست؟ چه زمانی به مدیریت رسیده؟ چه دستاوردهایی داشته؟ مثلاً اگر جدیداً جایزه‌ای برده، به مشتری تبریک بگویید و یا اگر طی یک ماه گذشته سخنرانی و یا مصاحبه‌ای کرده است، حین جلسه‌ی مذاکره به آن اشاره کنید. بگویید: «راستی مصاحبه‌ای که چند روز پیش داشتید خیلی عالی بود. خیلی خوب در مورد مشکلات صنعت صحبت کردید. هرکسی این مصاحبه را ببیند کاملاً همه چیز را متوجه می‌شود. مطمئنم که حرف‌هایتان به گوش مسئولین هم می‌رسد. خیلی تأثیرگذار بود.»

بعد باید در خصوص نقش شرکت‌های بازرگانی در آن صنعت تحقیق کنید. چالش‌هایی که وجود دارد، را پیدا کنید. حین پرزنت به این نکته‌ها اشاره کنید. این کار چند مزیت بزرگ دارد:

- به مشتری نشان می‌دهید که یک حرفه‌ای به‌تمام‌معنا هستید و از نقش

- واردات و صادرات در صنعت او به‌طور کامل اطلاع دارید.
- نشان می‌دهید که برای مشتری ارزش قائل هستید و کار او را دنبال می‌کنید.
- روی نیاز مشتری دست می‌گذارید و راه‌حل‌های موجود را معرفی می‌کنید.
- تضمین می‌کنیم که مشتری‌ها نمی‌توانند به چنین افرادی نه بگویند.

## ۴۷. نمونه‌ی موفق 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 با شما همکاری کرده، خیالش راحت می‌شود و احساس راحتی بیشتری می‌کند. یک بخش رضایت مشتریان در وبسایت یا اینستاگرام قرار دهید. یا از مشتری‌ها بخواهید نظراتشان را در شبکه‌های اجتماعی شما (به‌صورت 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.

## ۴۸. تحلیل رقبا را جدی بگیرید.

پیگیر رقبا باشید، روش‌های افزایش فروش و بازاریابی آن‌ها را زیر نظر بگیرید. شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های مرتبط را چک کنید. نقاط ضعف و قوت خودتان

و رقبا را بشناسید. بعد نقاط ضعف خودتان را رفع کنید و از نقاط ضعف رقبا به‌عنوان مزیت رقابتی استفاده کنید.

## ۴۹. 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 به‌گونه‌ای 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.

## ۵۰. احساسات مشتری را نشانه بگیرید.

محرک‌های احساسی بیشترین تأثیر را روی تصمیم‌گیری خرید مشتری‌ها دارند. مثلاً هیچکس از اینکه محموله‌اش چند ماه در گمرک بماند و ترخیص نشود، خوشش نمی‌آید. یا هیچکس دلش نمی‌خواهد محموله‌اش دچار مشکل شود و راه‌حل هم بیمه است. وقتی با مشتری صحبت می‌کنید، روی این نکات تمرکز کنید تا راحت‌تر پیشنهاداتتان را قبول کنند.

## ۵۱. 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: «اول ماه آینده یک محموله‌ی بزرگ داریم که وارد کشور می‌شود. اگر طی این هفته قرارداد ببندیم، محموله‌ی شما را هم با همان وارد می‌کنیم. در غیر این صورت کار می‌افتد برای سه ماه بعد»

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

## ۵۲. مثل خریدارها رفتار کنید.

به رفتارهای مشتری 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 به صورت کلامی و چه به صورت غیرکلامی) بارها در مذاکرات فروش بررسی 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 محموله‌تان در سریع‌ترین زمان ممکن به اینجا برسد و از لحاظ مالی هم دغدغه‌ای ندارید. درست است؟» این کار به مشتری نشان می‌دهد که به دقت به حرف‌هایش گوش کرده‌اید.

### ۵۳. گزینه‌هایتان را محدود کنید.

گزینه‌های زیادی 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.

### ۵۴. خلاصه کنید.

زیاد حرف زدن و زیاد توضیح دادن، حوصله‌ی مشتری را سر می‌برد. باید بدانید که کجاها سکوت کنید و ادامه ندهید. به‌علاوه برای فروش بیش‌ازاندازه اصرار نکنید. اگر در نهایت و با وجود همه‌ی تلاش‌هایتان مشتری قانع نشد، سعی کنید اشتباهتان را پیدا کنید و در موارد بعدی از آن جلوگیری کنید.

## ۵۵. شبکه‌های اجتماعی

هرچقدر از اهمیت شبکه‌های اجتماعی بگوییم، کم است. شاید فکر کنید به خاطر شرایط کاری‌تان نمی‌توانید از این شبکه‌ها استفاده کنید، اما توصیه‌ی ما این است که لینکدین را خیلی جدی بگیرید. به علاوه از آن‌جایی که ایرانی‌ها عاشق اینستاگرام هستند، فعالیت کمی هم روی این پلتفرم داشته باشید.

## ۵۶. بازاریابی ایمیلی یا پیامکی

وقتی یک سیستم خوب و قوی برای ثبت اطلاعات مشتریان داشته باشید، دسترسی و حفظ ارتباط با مشتری‌ها 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 زمان‌های مهم (مانند زمان تحویل بار و غیره) استفاده کنید.

## ۵۷. پس از جلسه، خلاصه‌ی مکالمات را برای مشتری ارسال کنید .

پس از جلسه، نکات برجسته‌ای که راجع به آن صحبت کرده‌اید را به صورت بسیار مختصر برای مشتری ارسال کنید. انجام این کار مقدمه‌ایی برای تنظیم و تشکیل جلسات بعدی خواهد بود.

★★★★★  
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 <