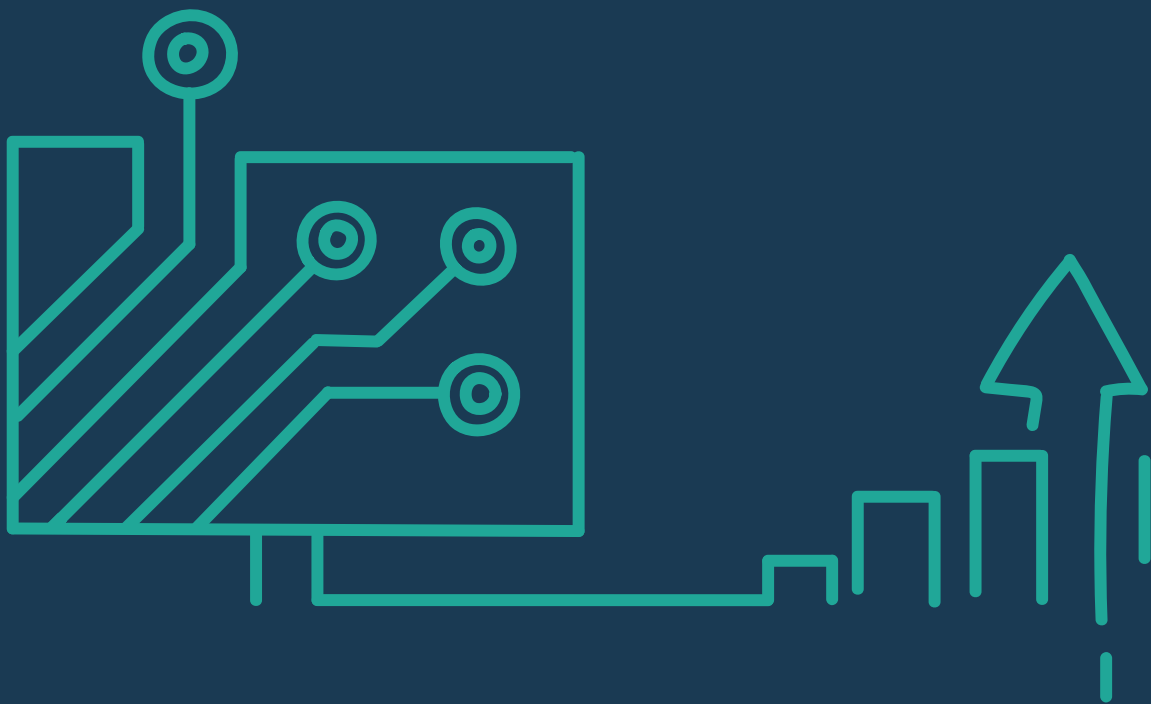


راهنمای جامع موفقیت شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری



تکنیک‌های افزایش فروش

راهنمای جامع مسیر موفقیت شرکت‌های نرم‌افزار و سخت‌افزار	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
پاییز سال ۱۴۰۱	زمان انتشار
ابریدازش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابررایانش **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 «راهنمای جامع مسیر موفقیت شرکت‌های نرم‌افزار و سخت‌افزار» روی لینک زیر کلیک کنید.

مقدمه

در حال حاضر بسیاری از کسب‌وکارها تحت تأثیر بحران‌های رکود اقتصادی و همه‌گیری کرونا قرار گرفته‌اند. از طرفی در صنعت سخت‌افزار و نرم‌افزار رقابت روزافزونی وجود دارد و با توجه به حمایت‌های بخش دولتی این رقابت به طور چشمگیری در حال افزایش است. به همین دلیل استفاده از راهکاری کاربردی چون تمرکز بر افزایش فروش، بهبود خدمات و روش‌های جذب مشتری در این حوزه از اهمیت بالایی برخوردار است.

به همین خاطر ما یک راهنما که شامل ۴۷ استراتژی برای موفقیت شرکت‌های نرم‌افزار و سخت‌افزار هست را تدوین کرده‌ایم و در اختیار شما قرار می‌دهیم. به این امید که راه‌گشای مسیر موفقیت‌تان باشد.

۱. اهداف واضحی را تعیین کنید.

تعیین «افزایش فروش» به عنوان هدف اصلی چندان کارساز نیست. باید دقیقاً بررسی کنید که افزایش در فروش به چه معناست و چطور باید به آن نقطه برسید. در واقع لازم است که اهدافی جزئی‌تر و کمی‌تر و قابل دسترس‌تری را برای رسیدن به هدف اصلی مشخص کنید. نوشتن اهداف و طرح برنامه‌ای برای دستیابی به آن‌ها به تمرکز و مسئولیت‌پذیری تیم فروش کمک می‌کند. برای انجام این کار لازم است تا داده‌هایتان را به صوت ماهیانه یا سه ماهه بررسی کنید تا بتوانید به معیاری برای بررسی برسید و اهداف جدیدی را در چارچوب زمانی مشخصی، تعیین کنید. به خاطر داشته باشید که برگزاری جلسات منظم با اعضای تیم برای بررسی پیشرفت و رسیدگی به مشکلات موجود نقش قابل توجهی در رسیدن به اهدافتان دارد. به این ترتیب می‌توانید اولین قدم را در مسیر [افزایش فروش](#) در شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری بردارید.

۲. روی حوزه‌ی تخصصیتان تمرکز کنید.

جلب توجه و جذب مخاطب برای افزایش فروش در شرکت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری کافی نیست. باید مشتری‌هایی را که به حوزه‌ی تخصصی شما علاقه‌مند هستند و به آن نیاز دارند، شناسایی کنید. بعد باید منابع و توجه خود را بیشتر بر روی این بخش متمرکز کنید و در نهایت سود بالایی را هم به خود اختصاص دهید.

می‌توانید از پرسش‌های زیر کمک بگیرید:

- تصمیم‌گیرندگان اصلی در شرکت مشتری چه افرادی هستند؟

- چه چیزی آن‌ها را از خرید از شرکتتان باز می‌دارد؟

- چه چیزی آن‌ها را به خرید از شرکتتان ترغیب می‌کند؟

- آن‌ها بر چه اساس تصمیم‌گیری می‌کنند؟

- مشتری‌های بالقوه اطلاعاتشان را از کجا به دست می‌آورند؟

وقتی به این پرسش‌ها پاسخ دهید می‌توانید محتوای بازاریابی و فروش را هم با حوزه‌ی فعالیت خود هماهنگ کنید و در نتیجه سرنخ‌های بیشتری تولید کنید تا فروشتان را از این طریق افزایش دهید.

۳. خدمات متمایزی ارائه دهید.

برای اینکه بتوانید مشتری‌های بیشتری را جذب کنید، خدماتی ارائه دهید که شرکتتان را از دیگران متمایز می‌کند. برای مثال برای بسیاری از مشتری‌ها امکان انجام تعمیرات در محل یا تحویل قطعات، درب منزل، اهمیت چشمگیری دارد. استفاده از این شیوه می‌تواند در افزایش مشتری‌هایتان نقش قابل توجهی داشته باشد.

۴. ارائه‌ی نسخه‌ی آزمایشی

این روش یکی از تکنیک‌های افزایش فروش است که تقریباً تمامی شرکت‌های

نرم‌افزاری از آن استفاده می‌کنند. وقتی مشتری‌های بالقوه برای آشنایی با نرم‌افزاری که ارائه می‌دهید به سراغ سایتتان می‌آیند، تنها ارائه‌ی توضیحاتی از قابلیت‌های سیستم‌هایی که ارائه می‌دهید کافی نیست. به خاطر داشته باشید که این افراد می‌خواهند مطمئن شوند که نرم‌افزارتان به خوبی پاسخگوی نیازهایشان است. به همین علت لازم است تا یک نسخه‌ی آزمایشی را در اختیارشان قرار دهید تا به این ترتیب بتوانید اعتمادشان را جلب کنید.

۵. نسخه‌ی اولیه ارائه دهید.

اگر نمی‌توانید روی ارائه‌ی نسخه‌ی رایگان سرمایه‌گذاری کنید، نسخه‌ی اولیه و محدود ارائه بدهید. مشتری‌ها اغلب تمایلی به خرید فوری یک نرم‌افزار ندارند، به خصوص اگر هزینه‌های اولیه یا اشتراک آن بالا باشد. به همین علت لازم است پیش از تهیه‌ی نرم‌افزار سفارشی آن‌ها، نسخه‌ی اولیه‌ای ارائه دهید تا تجربه‌ی دست‌اولی از اینکه نرم‌افزارتان چه تأثیری بر کسب‌وکارشان خواهد داشت، به دست آورند. به همین دلیل یکی از اقدامات مؤثری که برای افزایش فروش شرکت نرم‌افزاری می‌توانید انجام دهید این است که به مشتری‌های بالقوه اجازه دهید نسخه‌ی اولیه را پیش از طراحی اصلی در اختیار داشته باشند تا بهتر بتوانند به خدماتتان اطمینان کنند.

۶. مشتری‌های قبلی خود را معرفی کنید.

یکی از اقدامات مؤثر برای افزایش فروش در شرکت‌های نرم‌افزار و سخت‌افزاری این است که مشتری‌های قبلی را که از خدمات و محصولاتتان استفاده کرده‌اند، معرفی کنید. به خاطر داشته باشید که بسیاری از سرنخ‌ها قبل از خرید محصول به مدرکی نیاز دارند که مطمئن شوند آنچه انتخاب می‌کنند، می‌تواند نیازهایشان را برآورده کند. به همین علت می‌توانید از برندهایی نام ببرید که از محصولات و خدماتتان استفاده کرده‌اند. با انجام این کار می‌توانید بهتر سرنخ‌هایتان را مجاب کنید که واجد صلاحیت مورد نظرشان برای پاسخگویی به نیاز و خواسته‌هایشان هستید.

۷. 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 از شما محصولی خریده است، خیالش راحت می‌شود و احساس راحتی بیشتری می‌کند. یک بخش رضایت مشتریان در وبسایت یا اینستاگرام قرار دهید. یا از مشتری‌ها بخواهید نظراتش 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.

۸. خدمات پشتیبانی مطلوب ارائه دهید.

یکی از نگرانی‌هایی که مشتری‌ها هنگام تهیه‌ی سخت‌افزار یا نرم‌افزار از شرکتی خاص دارند مربوط به خدمات پس از فروش است. در صورتی که بتوانید پشتیبانی مطلوبی ارائه دهید باعث ایجاد رضایت در مشتری‌هایتان شده و آن‌ها را به مشتری‌های وفادار کسب‌وکارتان تبدیل می‌کند. سعی کنید در سریع‌ترین زمان ممکن و به بهترین شکل به سؤالات و مشکلات مشتری‌هایتان پاسخ دهید. خدمات پشتیبانی به ویژه در افزایش فروش شرکت‌های سخت‌افزاری تأثیر زیادی دارد.

۹. از فروش مکمل استفاده کنید.

یکی از اقداماتی که برای افزایش فروش در شرکت نرم‌افزار و سخت‌افزار می‌توانید انجام دهید استفاده از روش بیش‌فروشی و فروش مکمل است. در بازاری که در آن فعالیت دارید بسیاری از افراد عادی ممکن است اطلاعات کمی در ارتباط با نرم‌افزار یا سخت‌افزارهای مورد نیازشان داشته باشند بنابراین انجام این کار برای مشتری‌هایتان هم کاملاً مفید است. برای مثال وقتی مشتری درخواست یک فلش مموری دارد می‌توانید یک رابط چندکاره را که شاید از قابلیت و کارایی آن اطلاع نداشته باشد هم به او پیشنهاد دهید.

۱۰. از محتوای ویدئویی استفاده کنید.

بسیاری از افراد تماشای ویدئو را به خواندن محتوا ترجیح می‌دهند. بازاریابی ویدئویی

می‌تواند در افزایش فروش شرکتان نقش چشمگیری داشته باشد. به خاطر داشته باشید که ویدئوهایتان باید بر روی اطلاع‌رسانی تمرکز کنند و نه افزایش فروش. برای مثال می‌توانید داستان‌هایی از نحوه‌ی آغاز کار شرکت یا تولید محصولاتتان بگویید. انجام این کار به ایجاد ارتباط با مشتری‌های بالقوه و افزایش اعتماد کمک می‌کند

۱۱. ویژگی‌های کلیدی محصولاتتان را شناسایی کنید.

وقتی به دنبال افزایش فروش در شرکت نرم‌افزار و سخت‌افزار خود هستید لازم است که درک کاملی از ویژگی‌های متمایزکننده‌ی محصول خود داشته باشید. پرسش‌های زیر می‌تواند در انجام این کار به شما کمک کند:

- چه چیزی محصولاتتان را از دیگر رقابتان جدا می‌کند؟
- وقتی مشتری بالقوه محصولاتتان را در کنار محصول دیگر رقبا قرار می‌دهد چه چیزی در آن می‌بیند که در سایرین نیست؟
- اگر فقط ۶۰ ثانیه فرصت داشته باشید تا فردی را متقاعد کنید که محصولاتتان را خریداری کند، کدام ویژگی‌های اصلی آن را ذکر می‌کنید؟
- منافع مشتری را مد نظر قرار دهید. مشتری واقعاً چه می‌خواهد؟
- مشتری‌های بالقوه در جایگاه خریدار با یک پرسش اصلی به سراغتان می‌آیند: «چه چیزی برای من مفید است؟» در بسیاری از اوقات حتی خریدار آگاهی دقیقی از آنچه که باید برای پاسخ به نیازش خریداری کند، ندارد. در اینجا لازم است بر اساس بودجه

و خواستی که مشتری دارد منافع او را در اولویت قرار دهید و بهترین پیشنهادات را به او ارائه دهید. انجام این کار باعث ایجاد اعتماد و وفاداری در مشتری‌هایتان خواهد شد که نقش چشمگیری در بالا رفتن فروشتان دارد.

۱۲. تحلیل رقبا را جدی بگیرید.

پیگیر رقبا باشید، روش‌های افزایش فروش و بازاریابی آن‌ها را زیر نظر بگیرید. شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های مرتبط با شرکت‌های صنعت 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.

۱۳. از برنامه‌های وفاداری مشتری استفاده کنید.

برای اینکه بتوانید مشتری‌هایتان را به تکرار خرید از شرکتتان هدایت کنید لازم است از مشوق‌هایی استفاده کنید. به خاطر داشته باشید که در شرایط فعلی و فشار اقتصادی قیمتی که ارائه می‌دهید می‌تواند تأثیر قابل توجهی به عنوان مشوقی برای هدایت مشتری‌هایتان به تکرار خرید داشته باشد. حتی این شیوه می‌تواند روشی باشد برای اینکه مشتری‌های وفادار شرکتتان را به دیگران هم معرفی کنند. کارت تخفیف و سایر [برنامه‌های وفاداری مشتریان](#) را جدی بگیرید. در نهایت باعث افزایش فروشتان می‌شود.

۱۴. نقاط درد مشتری‌هایتان را شناسایی کنید.

وقتی می‌خواهید فروشتان را افزایش بدهید یکی از اقدامات مؤثر این است که بدانید مشتری با چه مشکلاتی مواجه است. وقتی این نقاط درد را شناسایی کردید می‌توانید بهترین راه‌حل را به آن‌ها ارائه دهید. استفاده از این شیوه تأثیر قابل توجهی در تکرار خرید مشتری‌ها از شرکتتان خواهد داشت.

۱۵. ارتباطتان را با مشتری‌های قدیمی حفظ کنید.

برای اینکه فروش را در شرکت سخت‌افزاری یا نرم‌افزاری افزایش دهید، لازم است که ارتباط خود را با مشتری‌های قدیمی حفظ کنید. به خاطر داشته باشید که فروش به مشتری‌های قدیمی هزینه‌ای بسیار پایین‌تر نسبت به مشتری‌های جدید دارد. بنابراین سعی کنید که به شکلی منظم با آن‌ها ارتباط داشته باشید.

۱۶. از معیارهای صحیح سنجش فروش استفاده کنید.

رسیدن به مرحله‌ی صدور فاکتور خرید پایان راه نیست. هر شرکتی باید برای رسیدن به موفقیت، معیارهای درستی را پیگیری کند. این معیارها برای افزایش فروش شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، می‌تواند شامل نرخ تماس، طول چرخه‌ی فروش، نرخ تبدیل و تعداد تعاملات قبل از تبدیل سرخ به مشتری باشد. همچنین باید بفهمید که چقدر طول می‌کشد تا یک سرخ از یک مرحله در چرخه‌ی فروش

به مرحله بعدی بروید و به دنبال حل مشکلات در این مسیر باشید. تعیین معیارهای درست به شما کمک می‌کند تصویر کامل‌تری از عملکرد تیم خود داشته باشید و زمینه‌های بهبودی را شناسایی کنید که به طور کلی بهره‌وری فروش را افزایش می‌دهد. استفاده از ابزارها و نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری در این مورد تأثیر بسیار زیادی دارد.

۱۷. شناسایی مشتری ایده‌آل

یکی از مهم‌ترین اقداماتی که برای افزایش مشتری در شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری باید انجام دهید، شناسایی مشتری‌های ایده‌آل و [بازار هدف](#) است. به خاطر داشته باشید که بدون دانستن مقصد نمی‌توانید سفر کنید. زمانی را به بررسی اینکه چه نوع مشاغلی مورد علاقه‌تان هستند و چه افرادی به آن نیاز دارند اختصاص دهید. می‌توانید روی جذب مشتری‌های بیشتر در حوزه‌ی خدمات کامپیوتری تمرکز کنید. مثلاً ممکن است مهارتتان در ارتقاء سیستم‌های گیمینگ باشد. در این صورت باید بیشتر به سراغ گیمرها بروید و موقعیت‌های مرتبط با این افراد را شناسایی کنید.

۱۸. قابلیت‌های خود را شناسایی کنید.

یکی از اقداماتی که برای افزایش مشتری برای خدمات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری باید صورت گیرد، این است که حوزه‌ی تخصصی فعالیت خود را مشخص کنید.

نیازی نیست که به تمام افرادی که به شرکتتان مراجعه می‌کنند پاسخ مثبتی بدهید. نباید اجازه بدهید که سناریویی مانند آنچه در مقدمه گفته شد، برایتان پیش بیاید. به خاطر داشته باشید هزینه‌ی نه گفتن به افرادی که درخواستشان در حوزه‌ی تخصصتان نیست خیلی کمتر از این است که سفارششان را قبول کنید و از عهده‌ی انجام آن برنیايید. باید به این نکته توجه داشته باشید که مردم همیشه متخصصان را ترجیح می‌دهند. این تخصص می‌تواند در هر یک از زمینه‌هایی که از پس آن برمی‌آیید باشد؛ از تلفن همراه گرفته تا کامپیوتر و مواردی از این قبیل.

۱۹. قیمت‌های منصفانه داشته باشید.

یکی از راه‌های جذب مشتری در وضعیت رکود اقتصادی و تحریم، ارائه‌ی قیمت‌های منصفانه است. به کمک این روش می‌توانید در میان رقبایان متمایز ظاهر شوید و مشتری‌هایتان را افزایش دهید. ارائه‌ی طرح‌های تخفیفی هم می‌توانند تأثیر مطلوبی در جذب مشتری‌های بیشتر به سمت کسب‌وکارتان داشته باشد.

۲۰. ابزارهای کاربردی و رایگان ارائه دهید.

از دیگر اقدامات مؤثر برای جذب مشتری در شرکت‌های نرم‌افزاری، ارائه‌ی ابزارهای کاربردی رایگان به مخاطبان است. این کار درست مانند یک آهن‌ربا برای جذب مشتری عمل می‌کند. با استفاده از این روش نشان می‌دهید که فقط به فکر سود و منفعت کسب‌وکارتان نیستید. به این ترتیب افراد بیشتری را به خود

علاقه‌مند می‌کنید.

۲۱. وبسایت حرفه‌ای

وبسایت بخشی جدایی‌ناپذیر از دنیای تجارت است. بسیاری از افراد برای دریافت اطلاعات مورد نیازشان به سراغ اینترنت می‌روند. بنابراین باید از این موقعیت برای جذب هرچه بیشتر مشتری‌ها به سمت کسب‌وکارتان استفاده کنید. ارائه‌ی محتوای مفید و جذاب در وبسایت نشان از تسلط و حرفه‌ای بودن‌تان دارد. این محتوای سودمند در جذب مشتری‌های بیشتر به شرکتتان تأثیر قابل توجهی دارد. به خاطر داشته باشید که لازم است در این وبسایت اطلاعات تماس با شرکتتان را در محلی قرار دهید تا مخاطبان و مشتری‌های بالقوه بتوانند در صورت نیاز به راحتی با شما تماس بگیرند.

۲۲. محتوای خود را برای دستگاه‌های مختلف بهینه کنید.

باید این نکته را در نظر داشته باشید که بر اساس بررسی‌های انجام‌شده در حال حاضر تلفن همراه نقش اساسی در هر مرحله از سفر خریدار دارد. اگر نمی‌دانید که بازار هدف شما از چه سیستمی (رایانه، تبلت یا تلفن هوشمند) به وبسایت می‌آید، باید محتوایتان به گونه‌ای طراحی شود که تمام سرنخ‌ها با استفاده از هر دستگاهی بتوانند از آن به راحتی استفاده کنند. اندازه‌ی دکمه‌ها، فونت‌ها، محتوای وبسایت و مواردی از این قبیل اجزای مهمی هستند که باید در نظر گرفته شوند.

۲۳. در انتخاب سرخ‌ها دقت کنید.

وقتی نوبت به سرخ می‌رسد کیفیت بر کمیت ارجحیت دارد. بهترین استراتژی افزایش فروش و تبدیل سرخ‌ها به مشتری تمرکز بر کیفیت سرخ است. به ویژه زمانی که با فرایند فروش طولانی‌تری سر و کار دارید. قطعاً نباید وقت خود را با افرادی تلف کنید که یا علاقه‌ای به خرید ندارند یا هنوز آماده‌ی خرید نیستند. مطمئن شوید که شرکت شما مشخص کرده که چه چیزی یک سرخ را برای شروع گفتگو با بخش فروش آماده می‌کند و چگونه می‌توان تشخیص داد که یک سرخ واجد شرایط فروش است. راه دیگر برای اطمینان از کیفیت سرخ تدوین یک استراتژی امتیازدهی سرخ است و اطمینان از اینکه سرخ‌ها از طریق فرایند پرورش سرخ طی قیف فروش به سمت نهایی شدن خرید هدایت می‌شوند.

برای پیگیری سرخ‌ها می‌توانید از کاریز فروش استفاده کنید. اگر نمی‌دانید چگونه، کتاب «کاریز فروش» را از صفحه‌ی بعد دریافت کنید.



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 <

۲۴. با مشتری‌هایتان ارتباط برقرار کنید.

یکی از بهترین راه‌ها برای جذب مشتری‌های بیشتر در شرکت‌های سخت‌افزار و نرم‌افزاری برقراری ارتباط شخصی و صمیمانه با افراد است. هر چقدر ارتباط قوی‌تری ایجاد کنید، افراد بیشتر به شما علاقه‌مند می‌شوند. سعی کنید بیشتر بر روی شناخت مخاطبان خود تمرکز کنید. وقتی مشتری به شرکتتان مراجعه می‌کند یا در صف، منتظر تسویه حساب است، می‌توانید گفتگوی دوستانه‌ای را با آن‌ها آغاز کنید. چنین اقداماتی می‌تواند باعث [وفاداری مشتری‌ها](#) به کسب‌وکارتان شود. به خاطر داشته باشید که مشتری‌هایی وفادار بیشتر تمایل دارند تا شرکتتان را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند و در واقع به بازاریابی دهان به دهان برای کسب‌وکارتان می‌پردازند.

۲۵. از شبکه‌های اجتماعی کمک بگیرید.

تقریباً همه از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند یعنی این پلتفرم‌ها موقعیتی مناسب برای معرفی کسب‌وکارتان هستند. اگر به دنبال تکنیک‌های افزایش مشتری هستید، سعی کنید شبکه‌های اجتماعی‌ای که با شرکتتان تناسب بیشتری دارد، شناسایی کنید و حضوری فعال در آن‌ها داشته باشید.

از بین انواع مختلف سیستم‌های خدمات مشتری موجود، شما باید سیستمی داشته باشید که بتواند رویکرد امنی چنل یا کانال همه‌کاره را مدیریت کند. رویکرد

امنی چنل تضمین می‌کند که صرف نظر از روش‌های ارتباطی که استفاده می‌شود، پیام‌های کسب‌وکار ثابت می‌ماند. در کانال‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف برای افزایش و جذب مشتری تجربه‌ی خرید یکپارچه‌ای برای مشتریان ایجاد کنید. پیام‌رسانی واضح و ثابت کمک می‌کند که مشتری و کسب‌وکار راحت‌تر یکدیگر را درک کنند. در نتیجه تجربه‌ی بهتری برای همه ایجاد می‌کند. بهبود نرخ تبدیل برای کسب‌وکارها هم تقویت می‌شود.

۲۶. از نتایج نظرسنجی‌ها و رضایت مشتری استفاده کنید.

بازخورد مشتری‌ها یکی از اقدامات لازم برای بهبود محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید است. به خاطر داشته باشید که این شیوه در جذب مشتری‌های جدید تأثیر قابل توجهی دارد. برای اینکه بتوانید مشتری‌هایتان را افزایش دهید باید همیشه به دنبال بهبود ایده‌های مربوط به کسب‌وکارتان باشید و بهترین ابزار برای این کار نظرسنجی از مشتری‌هایتان و آگاهی از خواسته‌هایشان است. با استفاده از این داده‌ها می‌توانید بازار هدف درست و کمپین‌های بازاریابی مناسبی انتخاب کنید. یکی از روش‌های کاربردی که از آن می‌توانید برای جلب اعتماد و جذب مشتری‌های بیشتر به سمت خودتان استفاده کنید، استفاده از نظرات مشتری‌های قبلی است. برای بسیاری از افراد رضایت مشتری‌های قبلی به منزله‌ی مدرکی قابل اطمینان در ارتباط با شایستگی یک شرکت در ارتباط با محصول یا خدمات مورد نظرشان است.

۲۷. از تبلیغات استفاده کنید.

برای اینکه بتوانید مشتری‌های بیشتری را به سمت شرکتتان جذب کنید، می‌توانید از ابزار تبلیغات استفاده کنید. با توجه به اینکه انجام تبلیغات هزینه‌بر است لازم است با توجه به حوزه‌ی فعالیت خود مفیدترین راه‌ها را شناسایی کنید. برای مثال اگر شرکتتان نرم‌افزارهای خاصی را ارائه می‌دهد شاید بهترین مکان برای انجام تبلیغات در اینترنت و فضای مجازی و استفاده از تبلیغات کلیک باشد.

یک نمونه‌ی کاربردی:

نکته‌ی مهم در مورد اینفلوئنسرها این است که آن‌ها معمولاً از نظر رویدادهای زنده، سخنرانی‌ها و حضور در کنفرانس مورد توجه قرار می‌گیرند. شهرت و تأثیرگذاری، آن‌ها را در موقعیتی منحصر به فرد قرار می‌دهد تا شکاف بین تلاش‌های بازاریابی دیجیتال شما و تعاملات فیزیکی و زنده را پر کنند.

۲۸. درخواست مشتری‌های ارجاعی

افزایش مشتری برای شرکت‌های سخت‌افزاری به کمک این روش بسیار مؤثر است. وقتی محصولات و خدماتی را ارائه دهید که باعث ایجاد رضایت‌مندی در مشتری‌هایتان شود، آن‌ها تمایل پیدا می‌کنند که کسب‌وکارشان را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند. اما در اینجا یک مشکل وجود دارد: معمولاً تا از آن‌ها درخواست نکنید این کار را انجام نمی‌دهند! پس برای مطرح کردن درخواست معرفی

مشتریان ارجاعی اصلاً هیچ تردیدی به خود راه ندهید.

۲۹. در بانک اطلاعات مرجع ثبت نام کنید.

برای اینکه بهتر دیده شوید و مشتری‌ها و مخاطبان بتوانند شما را به راحتی پیدا کنند لازم است که در بانک‌های اطلاعاتی که ممکن است در آنجا به دنبالتان بگردند، ثبت‌نام کنید. در این صورت مشتری‌های بالقوه می‌توانند راحت‌تر به سراغتان بیایند و از خدمات و محصولات که ارائه می‌دهید آگاه شوند.

مثلاً نماینده یاب یکی از مراجعی است که می‌توانید کسب‌وکارتان را در آنجا معرفی کنید تا افراد بهتر با شرکتتان آشنا شوند.

۳۰. در مناقصات شرکت کنید.

یکی از روش‌های جذب مشتری در شرکت‌های نرم‌افزار و سخت‌افزاری، شرکت در مناقصات است. البته ممکن است شرایط خاصی وجود داشته باشد یا نتوانید برنده‌ی مناقصه‌ای که در آن شرکت می‌کنید شوید. اما به خاطر داشته باشید اینکه در ارزیابی کیفی موفق به اخذ امتیاز بالا شوید باعث می‌شود که افراد بتوانند صلاحیت شرکتتان را شناسایی کنند و در فرصت‌ها و شرایطی که امکان ترک تشریفات وجود داشته باشد به سراغتان بیایند.

برای اینکه از آخرین مناقصات مربوط به حوزه‌ی فعالیتتان مطلع شوید می‌توانید از مراجع اطلاعاتی مانند پارس نماد استفاده کنید.

۳۱. در نمایشگاه‌ها شرکت کنید.

شرکت در نمایشگاه‌ها بهترین روش جذب و افزایش مشتری است. شرکت در نمایشگاه مناسب، مساوی است با آشنایی با بازار هدف درست. این بهترین موقعیت است تا مشتری‌های ایده‌آلتان را شناسایی و به سمت شرکت خود جذب کنید. مثلاً نمایشگاه الکامپ یکی از موقعیت‌های ایده‌آل برای معرفی شرکت سخت‌افزار و یا نرم‌افزارتان است.

۳۲. خدمات مشتری یکپارچه‌ای در همه‌ی کانال‌ها ارائه دهید.

سفر خرید مشتری دیگر به سادگی بازدید از فروشگاه و خرید محصول یا خدمات نیست. ۷۳ درصد از مشتری‌ها در طول سفر خرید خود از چندین کانال استفاده کرده‌اند. این احتمال وجود دارد که مشتری‌هایتان قبل از خرید در طول مسیر چندین بار توقف داشته باشند. برای اینکه بتوانید در همه‌ی کانال‌های توزیع تجربه‌ی موفق‌تری را به مشتری‌ها ارائه دهید لازم است اطمینان یابید که خدمات یکپارچه‌ای به مشتری‌ها ارائه می‌دهید و حسی یکپارچه از فروشگاه فیزیکی، فروشگاه آنلاین، کانال‌های اجتماعی، ایمیل‌ها و هر نقطه‌ی تماس دیگری که با مشتری‌های خود دارید، ایجاد می‌کنید. مثلاً شرکت نرم‌افزاری فرداد در جهت بهبود خدمات مشتریان خود تجربیات یکپارچه‌ای را در کانال‌های مختلف برای مشتری‌ها ارائه می‌دهد.

۳۳. خدمات مشتری را بر عهده‌ی همه‌ی کارکنان خود قرار دهید.

تا به حال برایتان پیش آمده که در یک فروشگاه از کارمندی درخواست کمک کنید و پاسخ بدهد: «این بخش مربوط به من نیست» یا «اطلاعی ندارم». به خاطر داشته باشید که مسئولیت مراقبت از مشتری بر عهده‌ی همه است؛ چه کارکنان فروش، چه مدیر و چه حتی یک کارآموز. اگر به عنوان مدیر بر خدمات مشتری در شرکت خود نظارت کنید ممکن است متوجه شوید که تیمتان در انجام آن به شکلی ایده‌آل عمل نمی‌کنند. اگر تیمتان نیاز به تقویت مهارت‌های خدمات مشتری دارد، حتماً آموزش را در اولویت بگذارید.

۳۴. تیم فروش را به‌روز نگه دارید.

یکی از روش‌های مؤثر برای بهبود خدمات مشتری‌ها در شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری اطلاع‌رسانی مداوم و به‌روز رسانی در مورد محصولات است. همه‌ی کارکنان باید محصولات جدیدی را که ارائه می‌دهید، بشناسند و آن‌ها را دقیق بررسی کنند. فقط در این صورت می‌توانند سؤالات مشتریان را پاسخ دهند. برای محصولات پیچیده‌تر ممکن است محتوای آموزشی مانند ویدئو، نمایش‌های حضوری و مواردی از این قبیل مورد نیاز باشد.

۳۵. در ارتباط با دستورالعمل‌های بهداشتی جدید کارکنان فروش را مرتباً آموزش دهید.

در زمان همه‌گیری کرونا پروتکل‌های بهداشتی به طور مداوم در حال تغییر است. به همین دلیل لازم است که ارتباط مداومی را با آنها داشته باشید تا مطمئن شوید که هر تغییری را به بهترین شکل انجام می‌دهند. ارائه‌ی دستورالعمل دقیق برای آگاه‌سازی کارکنان که الزامات بهداشتی جدید را توضیح دهد مانند پوشیدن ماسک در هر زمان یا اطمینان از رعایت فاصله‌ی اجتماعی در هنگام تسویه حساب، از اهمیت بالایی برخوردار است. از آنجایی که این مقررات دائماً در حال تغییر هستند، لازم است که همیشه اطلاعات به‌روز و دقیقی داشته باشید و مرتباً به کارکنانتان اطلاع و آموزش دهید. این کار اگرچه به طور مستقیم به مشتریان مربوط نیست، اما در بهبود خدمات مشتریان شرکت نرم‌افزاری یا سخت‌افزاری شما اثر دارد.

۳۶. امنیت داده‌ها را حفظ کنید.

در حال حاضر بسیاری از مشتری‌ها اطلاعات زیادی را روی دستگاه‌های الکترونیک خود ذخیره می‌کنند. از جمله اقداماتی که می‌توانید برای بهبود خدمات مشتریان انجام دهید این است که در صورت امکان حافظه‌ی دستگاه را به خودشان تحویل دهید تا از امنیت آن اطمینان یابند. در صورتی که امکان تحویل حافظه وجود نداشته باشد یا اینکه اصلاً خود حافظه دچار اشکال شده باشد، می‌توانید اقداماتی انجام دهید تا این اطمینان را به آنها بدهید که امنیت اطلاعاتشان به طور کامل حفظ

خواهد شد تا از این بابت هیچ نگرانی‌ای نداشته باشند. برای مثال خانه‌ی سخت‌افزار برای تعمیر هارد و بازیابی اطلاعات، امنیت کامل داده‌ها و محرمانه تلقی شدن آن‌ها را از جمله ویژگی‌های شرکت خود معرفی کرده است. به این ترتیب به وضوح یکی از تکنیک‌های بهبود خدمات مشتریان را اجرا کرده است.

۳۷. به طور منظم با مشتری‌ها ارتباط برقرار کنید.

برای اینکه بتوانید خدمات بهتری را در شرکت نرم‌افزاری و سخت‌افزاری خود به مشتری‌ها ارائه دهید باید به خاطر داشته باشید که برقراری ارتباط با مشتری‌ها به شکل منظم از اهمیت بالایی برخوردار است، فرقی ندارد که در حال اطلاع‌رسانی به بازدیدکنندگان سایت در ارتباط با ساعات کاری جدید و خدمات شرکتتان باشید یا در ارتباط با محصولات جدید بخواهید تبلیغات انجام دهید. بهترین راه برای ارائه‌ی تجربه‌ای عالی این است که مشتری‌هایتان را قبل از موعد از جزئیات هرگونه تغییر در عملکرد خود مطلع کنید.

۳۸. تجربه‌ی مشتری را شخصی کنید.

شخصی‌سازی اهمیت بسیار بالایی در بهبود خدمات مشتریان دارد. به خاطر داشته باشید که ۸۰ درصد از مشتری‌ها از شرکت‌هایی خرید می‌کنند که نوعی تجربه‌ی شخصی یا خدمات مشتری بهتری ارائه می‌دهند. راهی مطمئن برای ایجاد روابط طولانی‌مدت با مشتری‌هایتان این است که آن‌ها را بشناسید. یکی از بهترین

راه‌ها برای پیگیری ترجیحات و خریدهای مشتری، از طریق برنامه‌ی وفاداری مشتریان در کانال‌های مختلف است. ۶۲ درصد از مشتری‌ها بر اساس ترجیحات خود انتظار پیشنهادات شخصی دارند. به کمک ابزارهایی مانند نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM می‌توانید عادات خرید، اولویت‌ها و محصولات مورد علاقه‌ی مشتری‌های خود را پیگیری کنید و به آن‌ها بر این اساس پاداش بدهید.

اگر برای تحویل دستگاه به مشتری‌های خود قرار ملاقات تنظیم می‌کنید، می‌توانید به کارکنان خود آموزش دهید تا اطلاعات مشتری‌هایی که در آن روز می‌آیند را بررسی کنند و محصولاتی که ممکن است مورد علاقه‌شان باشد، به آن‌ها پیشنهاد دهند. از جمله اقدامات دیگری که برای شخصی‌سازی روابط خود با مشتری‌ها می‌توانید انجام دهید این است که مناسبت‌هایی چون روز تولدشان را تبریک بگویید و تخفیف یا هدایایی را به مناسبت این روز به آن‌ها ارائه دهید.

۳۹. فراتر از تعهدات ظاهر شوید.

یکی از اقداماتی که برای بهبود خدمات مشتریان در شرکت نرم‌افزار و سخت‌افزاری خود می‌توانید انجام دهید این است که اقداماتی را فراتر آنچه در حوزه‌ی تعهداتتان است انجام دهید. برای مثال اگر مشتری‌تان نیاز به قطعه‌ای برای دستگاه خود دارد که در شرکتتان موجود نیست می‌توانید به او کمک کنید تا از فروشگاه‌های دیگری که می‌شناسید آن را بیابد. حتی اگر این اقداماتتان برای مشتری مفید نباشد هم بیشتر افراد این تلاش اضافی را به خاطر خواهند سپرد. حتی ممکن است تجربه‌ی

خود را با دوستان و آشنایان یا در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند و در ارتباط با کسب‌وکارشان به شکلی مثبت اطلاع‌رسانی کنند.

۴۰. خودتان را جای مشتری‌هایتان بگذارید.

درک احساس مشتری کلید ایجاد نوعی پیوند است که از آن‌ها دعوت می‌کند تا به شرکتتان بازگردند و تجربه‌ای واقعاً شخصی به آن‌ها ارائه می‌دهد. آیا مشتری‌تان به دلیل خراب شدن تلفن همراه خود و از دست دادن پیام‌ها و ارتباطات مهمش دچار استرس شده است؟ آیا در تهیه‌ی یک دستگاه جدید از لحاظ هزینه نگرانی دارد؟ به خاطر داشته باشید که افرادی با مهارت‌های عالی فروش برای برقراری ارتباط با مشتری‌هایتان در شرکتی که اداره می‌کنید، ضرورت دارد. هر چه بهتر بتوانید با مشتری‌ها و نیازهای عاطفی‌شان ارتباط برقرار کنید تجربه‌ی بهتری خواهند داشت.

۴۱. مدت‌زمان ارائه‌ی خدمات را کاهش دهید.

هیچ‌کس انتظار را دوست ندارد و نباید منتظر بماند! راه‌های زیادی وجود دارد که بتوانید مدت‌زمان لازم را برای ارائه‌ی خدمات موردنیاز مشتری‌هایتان، کاهش دهید و مدیریت زمان فروش داشته باشید. به خاطر داشته باشید که در زندگی امروز دستگاه‌های الکترونیکی مانند کامپیوتر لپ‌تاپ، موبایل تبلت و ... نقش پررنگی را در زندگی افراد بازی می‌کنند و به همین دلیل حتی یک روز در اختیار نداشتن آن هم ممکن است برایشان دشوار باشد. بنابراین باید برای داشتن پرسنل کافی و کارآمد،

برنامه‌ریزی دقیق برای پاسخگویی به امور مشتریان و مواردی از این قبیل اقدامات لازم را به کار بگیرید. مثلاً ارائه‌ی خدمات در کوتاه‌ترین زمان ممکن از جمله ویژگی‌های چشمگیر شرکت توانش است که مشتری‌های رضایتمند این شرکت در نظرات خود به آن اشاره کرده‌اند.

۴۲. بازخورد بخواهید.

به عنوان یک شرکت نرم‌افزار و سخت‌افزار این وظیفه‌ی شما است که نیازهای مشتری‌های خود را برآورده کنید. اما اگر نظراتشان را از آن‌ها نپرسید چگونه می‌فهمید که به چه چیزی نیاز دارند؟ به همین علت لازم است که فرم‌های نظرسنجی را چه به صورت آنلاین و چه به صورت فیزیکی در اختیار مشتری‌هایتان قرار دهید تا بتوانید بر اساس آن‌ها خدمات بهتری را به مشتری‌هایتان ارائه دهید. مثلاً شرکت سپهر رایانه برای اطلاع از نظرات مشتری‌هایش یک سامانه‌ی رضایت‌سنجی را در وبسایت خود قرار داده است.

۴۳. فرآیندهایی را برای پاسخگویی به مشتری‌های ناراضی ایجاد کنید.

همه‌ی تعامل‌های مربوط به فروش ممکن است به خوبی پیش نروند. به همین دلیل لازم است تا شیوه‌ی برخورد با مشتری ناراضی را به کارمندان آموزش دهید تا با مشتری‌های عصبانی رفتار مناسبی داشته باشند. فرآیندهایی را برای شرایطی

که تعاملات با مشتری‌ها به شکلی نامطلوب پیش می‌رود ایجاد کنید. مهارت‌های خدمات مشتری را به آن‌ها آموزش دهید تا همیشه بتوانید در مشتری‌های ناراضی احساس مهم بودن ایجاد کنید.

۴۴. کارکنان خود را به صبوری تشویق کنید.

یکی از روش‌های ارائه‌ی خدمات بهتر به مشتری‌ها برخورد صبورانه با آن‌ها است. درست است که ممکن است برخورد با برخی از مشتری‌ها چالش‌برانگیز باشد، اما اگر همان مشتری‌ها سودآورترین برای شرکتتان باشند چطور؟ به همین دلیل لازم است تا نگرش صبر و شکیبایی را در کل کارکنان شرکتتان ایجاد کنید. مشوق‌هایی را که برای کارکنان فروش در نظر می‌گیرید تنها به میزان فروش محدود نکنید بلکه برای برخورد مناسب آن‌ها با مشتری‌ها هم در نظر بگیرید. تکنیک‌های برخورد با مخالفت‌های مشتری را بیاموزید و به کارکنانتان آموزش بدهید.

۴۵. از قبل برآوردی از هزینه ارائه دهید.

یکی از اقداماتی که برای بهبود خدمات مشتریان در شرکت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری می‌توانید انجام دهید، ارائه‌ی برآورد هزینه قبل از اقدام است. لازم است که برآورد دقیقی را از هزینه ارائه دهید تا مشتری‌هایتان بتوانند بر اساس آن بهترین تصمیم را در ارتباط با دستگاه‌های خود اتخاذ کنند. با استفاده از CRM هم می‌توانید پیش‌فاکتور را به صورت کاملاً اتوماتیک برای مشتری‌ها ارسال کنید. حتی توصیه

می‌کنیم این مرحله را به عنوان بخشی از کاریز فروشتان بگذارید.

۴۶. ارتباط برقرار کنید.

مردم اغلب کالاهای خود را برای تعمیر به متخصصان می‌سپارند زیرا خودشان با تکنیک‌های تعمیرات آشنا نیستند و نمی‌دانند برای تعمیر آن به چه چیزی نیاز است. بنابراین لازم است تا زمانی را صرف کنید و به طور واضح مشکل و تعمیراتی که لازم است به زبان ساده بیان کنید. برای مثال ممکن است درک عیب‌یابی سخت‌افزار یا نقص کامپیوتر برای مشتری‌تان دشوار باشد. به خاطر داشته باشید که مشتری‌ها از رویکرد صریح و صادقانه‌تان برای کمک به درک شرایط قدردانی خواهند کرد. بنابراین به آن‌ها کمک کنید تا دقیقاً درک کنند که:

- مشکل چیست؟
- چه چیزی باعث بروز آن شده است؟
- لازم است برای رفع آن چه کاری انجام دهید؟
- چگونه می‌توان از بروز آن در آینده جلوگیری کرد

۴۷. 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 بیمه می‌فروشید. مثلاً بگویید: «نرم‌افزار X تا پایان این هفته ۱۰ درصد تخفیف دارد. این قیمت پایین‌ترین قیمت ۱۰ سال گذشته است. اگر همین حالا خرید نکنید، چند روز دیگر باید پول خیلی بیشتری پرداخت کنید.» یا به مشتری بگویید که این نوع خاص از سخت‌افزار (مثلاً کارت گرافیک) فقط به شرایط کنونی‌شان می‌خورد و اگر در آینده تغییری در وضعیت او ایجاد شود، دیگر نمی‌تواند از این موقعیت بی‌نظیر استفاده کند. همه‌ی این‌ها بستگی به خلاقیت شما دارد.

یک نکته‌ی مهم:

کار از راه دور به تدریج جزئی از روال کار می‌شود. آینده خدمات مشتری نه تنها تماس با مشتریان را آنلاین خواهد کرد، بلکه نمایندگان بخش خدمات را نیز به سطح آنلاین منتقل خواهد کرد. نمایندگان خدمات به جای محدود شدن به مراکز تماس، ابزارهای بیشتری برای کار از راه دور خواهند داشت. آن‌ها به جای اینکه مجبور باشند در یک محیط اداری کار کنند، سؤالات مشتری را از خانه‌هایشان پاسخ می‌دهند. اکثر کانال‌های خدماتی می‌توانند در خارج از دفاتر و مراکز تماس استفاده شوند. ایمیل، چت آنلاین و رسانه‌های اجتماعی را می‌توان حتی از طریق تلفن هوشمند استفاده کرد و اکثر خدمات مبتنی بر تکنولوژی ابر ارائه می‌شوند که به شما امکان کار از خانه را می‌دهد. این یعنی نیاز به استفاده از تکنولوژی‌های جدید و آشنایی با آن‌ها!

نرم‌افزار CRM چه نقشی در شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری دارد؟

نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری ابزاری است که به صاحبان کسب‌وکارها اجازه می‌دهد تا تعاملات خود را با مشتری‌های فعلی و بالقوه به شکلی مناسب مدیریت کنند. این ابزار به ویژه به صاحبان شرکت‌ها کمک می‌کند تا در اقداماتی که انجام می‌دهند، کارآمدتر شوند و تعداد زیادی از داده‌های مربوط به مشتری‌ها را ردیابی کنند. این ویژگی‌ها علاوه بر تأثیری که بر میزان فروش و سود دارد همچنین به بهبود تجربه‌ی مشتری هم کمک می‌کند.

علاوه بر این، برای افزایش فروش در شرکت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری هم لازم است که از ابزار مؤثری نیز استفاده شود. این سیستم به بهبود روابط با مشتری‌های فعلی، یافتن مشتری‌های بالقوه‌ی جدید و جلب مجدد مشتری‌های سابق منجر می‌شود و در نتیجه به افزایش فروش کمک کند.

برای نمونه CRM در موارد زیر تاثیر بسیار زیادی دارد.

- **حفظ ارتباط با مشتری‌ها:** شرکت‌های سخت‌افزار و نرم‌افزار باید با مشتری‌های فعلی و آینده‌ی خود به شکل منظم در ارتباط باشند تا بتوانند تجربه‌ای عالی را به آن‌ها ارائه دهند. این امکان را CRM به شرکتتان می‌دهد. در واقع نرم‌افزاری به شما می‌دهد تا با مشتری‌های خود به‌طور مرتب در ارتباط باقی بمانید و

آن‌ها را از محصولات جدید و پیشنهادهای ویژه‌تان مطلع کنید.

- **ایجاد ارتباطات شخصی با مشتری‌ها:** نرم‌افزار سی آر ام می‌تواند به شخصی‌سازی ارتباطاتی که با مشتری‌هایتان دارید کمک کند. داده‌های جمع‌آوری‌شده در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری به شما این امکان را می‌دهد تا بتوانید پیام‌های شخصی‌شده را برای ایجاد ارتباط بهتر با آن‌ها ارسال کنید. ارسال این پیام‌ها باعث ایجاد تجربه‌ی مثبت از شرکتتان در مشتری‌ها خواهد شد.

- **ارائه‌ی تجربه‌ی مشتری یکپارچه:** یکی دیگر از ویژگی‌های نرم‌افزار CRM برای بهبود خدمات مشتریان دریافت پیام‌های مشتریان و پشتیبانی سریع از سوی شرکتتان است. به کمک این سیستم می‌توانید به درخواست‌های مشتری‌ها به موقع پاسخ دهید که این موضوع در بهبود تجربه‌ی مشتری نقش قابل‌توجهی دارد.

- **امکان ذخیره‌سازی اطلاعات در یک مکان:** پایگاه داده مرکزی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری تمام اطلاعاتی را که در مورد یک مشتری یا مشتری بالقوه در ارتباط با خرید، خدمات و مواردی از این قبیل در اختیار دارد، در خود ذخیره می‌کند. فرقی ندارد که مشتری‌ها و مشتری‌های بالقوه از چه کانالی برای برقراری ارتباط با شرکتتان استفاده کنند. نرم‌افزار سی آر ام این اطلاعات را در اختیار همه‌ی کارکنان قرار می‌دهد تا بتوانند تجربه‌ای یکپارچه را برای مشتری‌ها ایجاد کنند.

- شناخت بهتر مشتری‌ها: نرم‌افزار CRM تاریخچه‌ای از سوابق و تعاملات مشتری را با شرکتتان ذخیره می‌کند. این اطلاعات کمک می‌کند تا بدانید مشتری‌ها چه می‌خواهند و ممکن است به چه محصولات و خدمات دیگری علاقه‌مند باشند. این روش در افزایش رضایت مشتری و تجربه‌ی مشتری بهتر، نقش قابل‌توجهی دارد. نرم‌افزار CRM در افزایش رضایت مشتری نقش فوق‌العاده‌ای دارد که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد.

نتیجه‌گیری

در حال حاضر رقابت سختی در میان شرکت‌های فعال در حوزه‌ی سخت‌افزار و نرم‌افزار وجود دارد. بروز شرایطی چون رکود اقتصادی و همه‌گیری کرونا نیز بر دشواری‌ای که در مسیر صاحبان این نوع کسب‌وکارها وجود دارد، دامن زده است. به همین علت افزایش مشتری در این عرصه از اهمیت بالایی برای صاحبان این نوع مشاغل برخوردار است. می‌توانید به کمک استراتژی‌های کاملاً کاربردی به جذب مشتری‌های بیشتر در کسب‌وکارتان اقدام کنید. علاوه بر این استفاده از ابزارهای مؤثری چون نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری نیز می‌توانند نقش قابل توجهی در افزایش مشتری‌هایتان داشته باشند.

تجربه‌ی مشتری مطلوب باعث بهبود حفظ مشتری و افزایش سود شرکتتان می‌شود. خدمات مشتری‌ها در وفاداری مشتری به شرکتتان اهمیت بالایی دارد. همچنین تجربه‌ی مطلوبی که به یک مشتری ارائه می‌دهید باعث به اشتراک گذاشتن آن با دوستان و آشنایان هم خواهد شد. به همین علت استفاده از استراتژی‌های کارآمد برای بهبود خدمات مشتریان در این نوع کسب‌وکارها از اهمیت بالایی برخوردار است. علاوه بر این ابزارهای قدرتمندی مانند نرم‌افزار CRM به مشتری‌ها وجود دارد که نباید از آن غافل شد.

★★★★★
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 <