

دیدار

didar.me

۴۴ روش افزایش
فروش کسب و کارهای

شخصی و اینستاگرامی



کسب‌وکارهای کوچک	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
سارا رنجبران	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
پاییز سال ۱۴۰۱	زمان انتشار
ابرپردازش 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 «۴۴ روشی که کسب‌وکارهای شخصی و فروشگاه‌های اینستاگرامی، برای فروش بیشتر استفاده می‌کنند» روی لینک زیر کلیک کنید.

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

می‌دانستید که بر اساس آمارها ۴ الی ۶ درصد مشاغل در ایران، به مشاغل خانگی اختصاص دارد؟ می‌دانستید که در حال حاضر بیش از ۳ میلیون نفر به طور رسمی در مشاغل خانگی به تولید مشغولند؟

پیشرفت فضای دیجیتال و آمدن شبکه‌های اجتماعی، فرصتی را ایجاد کردند تا بیشتر مردم بتوانند کسب‌وکار خودشان را راه‌اندازی کنند و به فروش بالایی هم برسند. فروش محصولات دست‌ساز و هنری، محصولات خوراکی، لباس و زیورآلات، فروش خدمات تخصصی و غیره، همه از طریق اینستاگرام و دیگر شبکه‌ها، به راحتی ممکن شده است.

نیازی به دانش تخصصی هم نیست. با یادگیری چند تکنیک (و یا استخدام یک ادمین) می‌توانید کارتان را شروع کنید. این فایل، یک راهنما برای شماست. هدفمان هم این است که تکنیک‌های موفقیت کسب‌وکارهای مشابه را، یک‌جا گردآوری کرده و در اختیارتان قرار دهیم تا کسب‌وکار خودتان را بهتر اداره کنید و به موفقیت‌های بیشتری برسید.

پس مقدمه‌چینی نمی‌کنیم و به سراغ اصل مطلب می‌رویم.

۱. بازار هدف خود را شناسایی کنید.

اصلی‌ترین دلیل موفقیت کسب‌وکارهای شخصی، این است که مخاطبانشان را درست بشناسند و روی آن‌ها تمرکز کنند. باید بهترین خریداران محصولات یا خدمات خود را شناسایی کنید تا فروش خود را بر اساس نیاز و خواسته‌ی آن‌ها تنظیم کنید. اگر ندانید مشتری‌هایتان به چه چیزی نیاز دارند، نمی‌توانید چیزی به آن‌ها بفروشید. مثلاً بازار هدف یک فروشگاه پوشاک، می‌تواند دختران نوجوان و جوان باشد. اگر همین فروشگاه آنلاین، به جای تمرکز بر این گروه، روی زنان میان‌سال هم تمرکز کند و محصولات مناسب آن‌ها را هم ارائه کند، خیلی زود مشتری‌هایش را از دست می‌دهد. چرا که سلیقه‌ی این دو مخاطب با هم یکسان نیست و داشتن یک پیج اینستاگرامی برای فروش به هر دو گروه، باعث کاهش مشتریان می‌شود.

۲. خودتان را با نیازهای بازار هدف هماهنگ کنید.

خودتان را به جای خریدار بگذارید. آخرین باری را که در ارتباط با خرید محصولی خاص تصمیم‌گیری کردید، به خاطر بیاورید. چه عواملی باعث شدند که آن محصول را انتخاب کنید؟ بخشی از موضوع به قیمت مربوط می‌شود؛ اما عوامل دیگری مانند اینکه محصول تا چه میزان با نیازهایتان مطابقت دارد هم اهمیت بالایی دارد. به همین دلیل است که باید به این موضوع توجه کافی داشته باشید. همیشه یادتان باشد که مشتری‌ها برای نیازها و احساساتشان خرید می‌کنند. بنابراین لازم است که محصولات و خدماتتان پاسخی باشد برای نیازهای بازار تا بتوانید فروشتان را افزایش

دهید.

۳. مشوق ارائه دهید.

چیزی ارائه کنید که مشتری‌ها حس کنند در صورت نخریدن ضرر می‌کنند. یا چیزی در نظر بگیرید که ریسک خرید کردن از شما را کاهش دهد. می‌توانید با این کار افزایش فروش بالایی داشته باشید. نوع مشوق‌ها و انگیزه‌هایی که در نظر می‌گیرید می‌تواند متفاوت باشد. برای مثال ارسال رایگان، ارائه‌ی تخفیف در مدت محدود، تسویه‌ی حساب درب منزل و غیره را امتحان کنید.

۴. بیش‌فروشی و فروش مکمل

استفاده از این تکنیک‌ها، در فروش آنلاین، معمولاً کار راحتی نیست. چون مشتری قبل از اینکه به شما پیام بدهد، معمولاً محصولاتی که می‌خواهد را انتخاب کرده است. اما در کل بهتر است با این دو تکنیک آشنایی داشته باشید.

بگذارید با یک مثال توضیح بدهیم. فرض کنید در پیج اینستاگرامتان زیورآلات می‌فروشید. اگر مشتری را قانع کنید که به جای خرید یک دستبند ۳۰۰ هزار تومانی، یک دستبند ۵۰۰ هزار تومانی بخرد، از تکنیک بیش‌فروشی استفاده کرده‌اید. و اگر مشتری را قانع کنید که در کنار دستبند ۳۰۰ هزار تومانی‌اش، یک انگشتر هم بخرد که با دستبند ست می‌شود، از تکنیک فروش مکمل استفاده کرده‌اید.

۵. برنامه‌ی وفاداری و باشگاه مشتریان ایجاد کنید.

این روش بیشتر برای کسب‌وکارهای بزرگی مناسب است که مشتریان زیادی دارند. مشتری‌های فعلی، اگر از خرید محصولات یا خدماتتان راضی باشند، باز هم خرید می‌کنند. کافی است به آن‌ها نشان دهید که برایشان ارزش بالایی قائل هستید و تشویقشان کنید تا از شما خرید کنند. یک برنامه‌ی وفاداری مشتریان را ایجاد و اجرا کنید که به مشتری‌ها برای همراهی با شما پاداش می‌دهد. این‌گونه مشتری‌ها تشویق می‌شوند که باز هم از شما خرید کنند.

۶. در رویدادهای مرتبط شرکت کنید.

برای مثال اگر در حوزه‌ی عکاسی فعالیت دارید، می‌توانید در رویدادها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های حوزه‌ی فعالیتتان شرکت کنید. حتی اگر در نمایشگاه‌ها هیچ فروشی هم نداشته باشید، افراد بیشتری با کسب‌وکارتان آشنا می‌شوند تا بتوانند در مواقع دیگر به سراغتان بیایند.

۷. وبسایت داشته باشید.

بسیاری از مخاطبان کسب‌وکارهای شخصی و خانگی، اینستاگرام را ترجیح می‌دهند. اما پاسخگویی مناسب، اعلام موجودی محصولات و خرید آنلاین با استفاده از وبسایت خیلی راحت‌تر است. به همین دلیل حتماً بعد از مدتی وبسایت راه‌اندازی کنید. جدیداً شرکت‌های بسیاری هستند که قالب‌های آماده و مناسبی دارند. پس کار

سختی نیست.

۸. بازاریابی محتوا و بهینه‌سازی موتور جستجو را فراموش نکنید.

اگر وبسایت فروشگاهی ایجاد کردید و بودجه‌ی لازم را در اختیار دارید، روی بازاریابی محتوا سرمایه‌گذاری کنید. این کار باعث می‌شود که علاوه بر اینستاگرام، از گوگل و موتورهای جستجو هم ورودی بگیرید.

۹. آموزش دهید.

یکی از روش‌هایی که به کمک آن می‌توانید فروشتان را افزایش دهید این است که مطالب آموزشی رایگانی را ارائه دهید. انجام این کار باعث ایجاد اعتبار برایتان خواهد شد و مخاطبان و مشتری‌های بالقوه درخواست خواهند یافت که با فردی قابل اطمینان طرف هستند. این شیوه در بازاریابی دهان به دهان هم تأثیر قابل توجهی خواهد داشت. مثلاً اگر پیج فروش کیک خانگی دارید، چند باری دستور پخت کیک‌های مختلف را در صفحه‌تان منتشر کنید.

۱۰. پروفایل اینستاگرامتان را حرفه‌ای طراحی کنید.

اولین قدم برای اینکه دنبال‌کنندگان صفحه‌تان را به مشتری تبدیل کنید این است که پروفایلی جذاب‌کننده داشته باشید. در بیوی خود از مشتری‌ها استقبال

کنید و توضیح واضحی از کسب‌وکارتان بنویسید. همچنین به راه‌های برقراری ارتباط اشاره کنید تا در صورت نیاز بتوانند با شما تماس بگیرند. ممکن است انگیزه‌هایی مانند ارسال رایگان هم برای مشتری‌های بالقوه در نظر گرفته باشید که بهترین مکان برای اشاره به آن همان بیو است.

۱۱. در یک بخش از آرشیو استوری‌های پیج اینستاگرام، درباره‌ی خودتان بنویسید.

توضیحاتی را در ارتباط با دلایل فعالیت و تاریخچه‌ی کوتاهی از کسب‌وکارتان ارائه دهید. در این صورت مشتری‌ها و مشتری‌های بالقوه می‌توانند ارتباط شخصی‌تری را با شما داشته باشند.

۱۲. جذابیت ویتترین فروشگاهتان را فراموش نکنید.

راز موفقیت این است که ویتترین و پایگاهی برای معرفی خودتان داشته باشید. هرچیزی که به نمایش می‌گذارید، حکم ویتترین فروشگاه را دارد. مثلاً اگر به طور مرتب در استوری اینستاگرام پست می‌گذارید، سعی کنید به شکلی کاملاً برجسته و جذاب محصولات و پیشنهادات خود را در آنجا ارائه دهید. استوری را دقیقاً مانند ویتترین فروشگاه در نظر بگیرید و بر همان اساس محصولات و خدمات خود را به بهترین شکل در آنجا معرفی کنید.

باید این پایگاه را همیشه به‌روز نگه دارید و مرتب در آن مطالب و محتوای مفید

بارگذاری کنید. یادتان باشد که مطالب مفید و سودمندی را برای استفاده‌ی افراد در اختیارشان قرار دهید تا مشتری‌های بیشتری جذب کنید. نکته‌ی مهم در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، این است که گزینه‌ی مناسب کسب‌وکارتان را شناسایی کنید. مثلاً اگر در حوزه‌ی تخصصی و مهندسی فعالیت داشته باشید، لینکدین از اینستاگرام بهتر است.

۱۳. لوگو مهم است.

اگر می‌خواهید حرفه‌ای دیده شوید، باید روی برندینگ کار کنید. لوگو اولین مرحله است. عکس پروفایل اینستاگرام، وبسایت، بسته‌بندی محصولات و غیره، باید لوگویتان را به همراه داشته باشد.

۱۴. رضایت مشتری‌ها را نشان دهید.

تصاویری از پیغام‌هایی که مشتری‌ها برای شما می‌فرستند و نظرات آن‌ها را در استوری‌ها به نمایش بگذارید. این کار باعث جلب اعتماد دیگر مشتریان خواهد شد.

۱۵. حامی بگیرید.

افرادی که از کسب‌وکارتان حمایت می‌کنند، نقش مهمی در افزایش فروش کسب‌وکارهای شخصی، خانگی و اینستاگرامی دارند. آن‌ها از محصولات و خدماتتان برای دیگران، دوستان و آشنایان خود تعریف می‌کنند و محتوای شما را در صفحه‌ی

خود بازنشر می‌دهند. به علاوه می‌توانید از اینفلوئنسرها بخواهید تا در ازای دریافت مبلغی، پیج شما را تبلیغ کنند.

۱۶. اعداد را جدی بگیرید.

یک نکته‌ی اساسی هست که کسب‌وکارهای کوچک و خانگی، معمولاً به آن بی‌توجهی می‌کنند. اما حقیقت این است که اعداد و گزارش‌ها خیلی مهم هستند. برای مثال، چه چیزی بازدیدکنندگان را به وبسایت شما می‌آورد؟ کدام کانال تبلیغاتی، بیشترین بازدهی را دارد؟

تا زمانی که نتیجه‌ی تلاش‌های خود را اندازه‌گیری نکنید، نمی‌دانید که واقعاً موفق بوده‌اید یا نه. باید پیشرفتتان را با اعداد بسنجید. می‌توانید موفقیت تلاش‌های فروش خود را با KPI یا شاخص‌های کلیدی عملکرد فروش پیگیری کنید. KPIها معیارهایی هستند که میزان موفقیت شما را در اجرای اهدافتان بررسی می‌کنند. برخی از KPIها برای کسب‌وکارهای کوچک شامل درآمد، حفظ مشتری و هزینه‌ی کالاهای فروخته‌شده است. شما باید اهداف فروش خود را مشخص کنید و شاخص‌های کلیدی فروش خود را دنبال کنید تا ببینید آیا تلاش‌های شما موفقیت‌آمیز است یا خیر. می‌توانید از ابزارها و نرم‌افزارهای مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتریان هم برای سنجش میزان موفقیت ارتباط با مشتریان و در نتیجه فروش استفاده کنید.

۱۷. از نرم‌افزار درست استفاده کنید.

استفاده از استراتژی‌های کارآمد و ابزارهای مناسب، در دنیای دیجیتال ضروری است. و یکی از مهم‌ترین ابزارها برای شما، نرم‌افزار CRM است. این نرم‌افزار کمک می‌کند تا:

- الگوهای خرید مشتری را در یک پایگاه امن ذخیره و تجزیه و تحلیل کنید.
- گزارش بگیرید. ابزارهای گزارش‌دهی نرم‌افزار CRM برای شما طراحی شده‌اند. با یک کلیک گزارش‌های خودتان را دریافت کنید. می‌توانید الگوهای فصلی، میزان فروش بر اساس مدل و غیره را آنالیز کنید. وقتی عادات خرید مشتری‌هایتان را تجزیه و تحلیل کنید و از محبوب‌ترین محصولات آگاه شوید، می‌توانید پیشنهادهای سفارسی ارائه دهید تا بیشتر بفروشید.
- برنامه‌ی روزانه، ماهانه و سالانه را به صورت اتوماتیک مرتب کنید. با تعیین زمان برای برنامه‌هایتان می‌توانید همه‌ی آن‌ها را در زمان مناسب ببینید. سی آر ام با یک کلیک ساده برنامه‌هایتان را مرتب می‌کند تا هیچ کاری را فراموش نکنید.
- وضعیت فروش و کسب‌وکار را بررسی کنید. در این صورت نقاط مثبت و منفی را بهتر شناسایی می‌کنید و می‌دانید در آینده باید بیشتر بر روی چه موضوعاتی سرمایه‌گذاری کنید. این تجزیه و تحلیل دقیق کمک می‌کند تا فروشتان به شکل قابل توجهی افزایش یابد.

- به مشتری‌های فعلی، بیشتر بفروشید. از داده‌ها و اطلاعات مشتری، برای تماس دوباره با آن‌ها و ارائه‌ی پیشنهادهای هیجان‌انگیز استفاده کنید. این مشتری‌ها به شما اعتماد دارند و راحت خرید می‌کنند. فقط کافی است ارتباطتان را با آن‌ها حفظ کنید.

برای اطلاعات بیشتر در مورد نرم‌افزار CRM مناسب خودتان، روی لینک زیر کلیک کنید:

yun.ir/pwk78c

۱۸. تبلیغات

تبلیغات یعنی به جایی بروید که مشتری‌هایتان در آن‌جا حضور دارند. بسته به حوزه‌ی فعالیتتان می‌توانید از تبلیغات مجازی یا واقعی استفاده کنید. برای مثال اگر حوزه‌ی فعالیتتان تدریس باشد، هم می‌توانید به سراغ وبسایت‌ها یا شبکه‌های مجازی مرتبط بروید و هم از تبلیغات محلی و پخش تراکت استفاده کنید. حتماً از اینفلوئنسر مارکتینگ هم استفاده کنید. این روش بازدهی بالایی دارد (البته هزینه‌هایش هم بالاست).

۱۹. اعتبار ایجاد کنید.

جلب اعتماد افراد، خیلی مهم است. از آن‌جا که افراد در این گونه مشاغل با یک سازمان یا شرکت معتبر طرف نیستند، (یا به دلیل کلاه‌بردارهای فعال در این فضا)

کمی سخت‌تر می‌توانند به کسب و کارتان اعتماد کنند. اما می‌توانید با استفاده از برخی شیوه‌ها در جهت اعتمادسازی به راحتی نظرشان را جلب کنید:

- فراتر از توانتان به افراد قول ندهید: مثلاً تصور کنید چه اتفاقی می‌افتد

اگر فردی که در حوزه‌ی صنایع دستی فعالیت دارد، سفارش‌های بیشتر از ظرفیت

را بپذیرد و از عهده‌شان برنیاید؟

- از روش‌های فریبنده‌ی بازاریابی استفاده نکنید: شاید برایتان پیش آمده

باشد که کالایی را آنلاین خریداری کرده باشید ولی هیچ شباهتی به عکسش

نداشته باشد!

- امکان استرداد محصول یا خدمات با دلایل منطقی ارائه دهید: در این

صورت مشتری‌های بیشتری جذب می‌کنید که راحت‌تر محصولاتتان را می‌خرند.

- از نظرات و نمونه کارهای مشتریان قبلی استفاده کنید: این کار هم

اعتماد مشتریان را جلب می‌کند.

۲۰. مشتری‌های ارجاعی بخواهید.

اگر خدمات و محصولاتی ارائه داده‌اید که مشتری‌ها از آن راضی هستند، هیچ کس

بهتر از آن‌ها نمی‌تواند در جذب مشتری‌های جدید به کسب و کارتان کمک کند. کافی

است از آن‌ها درخواست کنید تا شما را به دیگران معرفی کنند. حتی می‌توانید یک

مسابقه ایجاد کنید و جوایز و هدایایی را برای تشویق در نظر بگیرید.



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

۲۱. صلاحیت خود را نشان دهید.

یکی از روش‌هایی که می‌تواند باعث ایجاد اعتماد در افراد و جذبشان به سمت کسب‌وکارتان شود، این است که مدارکی مبنی بر صلاحیت خود ارائه دهید. برای مثال اگر در حوزه‌ی مشاوره فعالیت داشته باشید، افراد دوست دارند بدانند که تجربیات و سوابق و مدارک شما چیست تا بهتر بتوانند به سراغتان بیایند. هر مدرکی را که دارید، درج کنید. از مدارک تحصیلی گرفته تا شرکت در همایش‌ها، کلاس‌های اساتید معروف، مقالات علمی و غیره.

۲۲. جلسه‌ی آزمایشی رایگان برگزار کنید.

اگر در حوزه‌ی فروش اپلیکیشن و مشاغل مرتبط فعالیت می‌کنید، می‌توانید زمانی را برای استفاده‌ی آزمایشی در نظر بگیرید تا مصرف‌کنندگان در صورت اطمینان اقدام به خرید نسخه‌ی اصلی کنند. این فرصتی است که می‌توانید جهت جلب اعتماد افراد از آن استفاده کنید. به علاوه از آنجا که مشتری‌ها ترسی از خرید محصول و پشتیبانی ندارند، بهتر می‌توانید مشتری جذب کنید.

ارائه‌ی قطعات کوتاه آموزش ویدئویی در اینستاگرام را هم فراموش نکنید. مثلاً اگر معلم هستید، می‌توانید بخشی از جلسات آموزشی را در اینستاگرام منتشر کنید تا بیشتر با نحوه‌ی کار شما آشنا شوند.

۲۳. در مراجع و سایت‌های مرتبط عضو شوید.

برای بهتر دیده شدن و جذب مشتری باید حضورتان را پررنگ‌تر کنید. مثلاً می‌توانید در طرح ملی توسعه‌ی مشاغل خانگی عضو شوید و از طرح‌ها و آخرین وضعیت موجود باخبر شده و از امکاناتی که در اختیارتان قرار می‌گیرد، استفاده کنید. استفاده از پلتفرم‌های دیوار، شیپور و غیره هم نقش زیادی در افزایش مشتری کسب‌وکار شخصی و خانگی دارد. این پلتفرم‌ها مخاطبان بسیار زیادی دارند و کمک می‌کنند تا بیشتر و بهتر دیده شوید.

۲۴. انجمن‌ها را جدی بگیرید.

مشتریان، چه در دنیای B۲B و چه در دنیای B۲C، اغلب قبل از اینکه با شرکتی وارد معامله شوند که با آن آشنایی ندارند، به بررسی سایت‌ها و رتبه‌بندی‌های آنلاین مراجعه می‌کنند. بنابراین مطمئن شوید که در انجمن‌هایی که گفتیم عضو شده‌اید. سایت‌های رتبه‌دهی را زیر نظر دارید و به هر شکایتی پاسخ می‌دهید. با پیوند دادن وبسایت خود بازخورد مثبت برای خودتان ایجاد کنید و بهترین استفاده را از آن‌ها ببرید. تابلوهایی را در فروشگاه، دفتر، رستوران یا مکان‌های دیگر خود نصب کنید که مشتریان را تشویق کند دیدگاه‌های خود را اضافه کنند. اثبات جایگاه اجتماعی قدرت فوق‌العاده به شما می‌دهد. اگر مشتریان جدید ببینند دیگران شما را تحسین می‌کنند، احتمالاً به سمتتان جذب خواهند شد.

۲۵. خلاق باشید.

خلاقیت، شما را از رقبا متمایز می‌کند و باعث می‌شود تا بیشتر دیده شوید. هیچکس دنبال کردن مطالب تکراری را دوست ندارد و به آن توجه نمی‌کند. پس سعی کنید از راه‌هایی برای ایجاد تمایز و بهتر دیده شدن استفاده کنید.

۲۶. از تصاویر جذاب استفاده کنید.

یادتان باشد که یک تصویر ارزش هزاران کلمه را دارد. وقتی افراد به صفحه‌تان وارد می‌شوند بیش از هر چیز توجه‌شان به تصاویری که استفاده کرده‌اید جلب می‌شود. پس از تصاویر زیبا و جذاب با کیفیت بالا استفاده کنید تا افراد بیشتری را به سمت خودتان جذب کنید.

۲۷. از هشتگ‌ها برای بهتر دیده شدن و جذب مشتری استفاده کنید.

برای افزایش مشتری در اینستاگرام سعی کنید در پست‌های خود از سه تا پنج هشتگ استفاده کنید تا افراد بیشتری شما را پیدا کنند.

۲۸. با مخاطبان ارتباط برقرار کنید.

وقتی در اینستاگرام فعالیت می‌کنید، فقط به جذب مخاطب اکتفا نکنید؛ باید مشتری‌ها را درگیر کنید تا محصولات و خدماتتان را بخرند. به همین دلیل با آن‌ها

در ارتباط باشید و به پرسش‌ها و نظراتشان پاسخ دهید. از دنبال‌کنندگان خود تشکر کنید تا بدانند که نسبت به آنها حس قدردانی دارید. از هر روشی می‌توانید برای برقراری ارتباط عمیق استفاده کنید.

۲۹. استوری را فراموش نکنید.

طراحی دایره‌ی قرمز رنگ و قرار دادن استوری‌ها در بالاترین نقطه‌ی پلتفرم اینستاگرام، تکنیک‌های روانشناسی جذب مشتری هستند که برای افزایش نرخ توجه مخاطبان مورد استفاده می‌گیرند. شما هم باید از این فرصت استفاده کنید. در طراحی استوری‌ها هم از روش‌های خلاقانه استفاده کنید. در مورد تعداد استوری هم سعی کنید تعادل را رعایت کنید تا افراد تمایل خود را به دیدن و دنبال کردن آن‌ها، از دست ندهند.

استوری‌هایتان را طوری طراحی کنید که مخاطب‌ها با آن تعامل داشته باشند. مثلاً از قابلیت نظرسنجی یا باکس سؤال استفاده کنید. این تعامل، به اینستاگرام نشان می‌دهد که مخاطب‌ها پیچ شما را دوست دارند. پس اینستاگرام هم آن را به افراد بیشتری نشان می‌دهد.

۳۰. پاسخگو باشید.

مشتری‌ها را منتظر نگذارید. در اولین فرصت پاسخگوی سؤالات، نظرات و انتقاداتشان باشید. پاسخ‌دهی مناسب در کوتاه‌ترین زمان ممکن، احساس برتری و ارزشمندی را

در مشتریان به وجود می‌آورد و آن‌ها را تشویق به برقراری تماس‌های بعدی می‌کند. مشتریان نسبت به فروشگاه‌هایی که همیشه برای پاسخگویی آماده هستند، احساس بهتری دارند و بیشتری با آن‌ها تعامل برقرار می‌کنند.

۳۱. فرآیند خرید را ساده‌سازی کنید.

مشتریان را درگیر انجام فرآیندهای پیچیده و زمان‌بر نکنید. شرایط خرید را تا حد ممکن برایشان ساده کنید و اجازه دهید طبق میل و خواسته‌شان پیش بروند. برای مثال انتخاب زمان تحویل و یا شیوهی پرداخت را بر عهده‌ی آن‌ها بگذارید. ارائه‌ی گزینه‌ی پرداخت درب منزل (پس از تأیید جنس توسط مشتری) هم باعث اعتمادسازی و ایجاد حس امنیت خرید در مشتریان می‌شود.

۳۲. از لحظه‌ی ثبت سفارش تا زمان تحویل کالا «وضعیت سفارش» را به مشتریان گزارش دهید.

معمولاً ذهن مشتریان از لحظه‌ی ثبت سفارش تا زمان تحویل آن، درگیر وضعیت سفارششان است. اگر می‌خواهید متفاوت از رقبایتان باشید، قبل از اینکه برای پیگیری با شما تماس بگیرند، تمام مراحل را از طریق پیامک به آن‌ها گزارش دهید. پیام‌هایی مانند، «سفارش شما ثبت شد» یا «سفارش شما از انبار دریافت شد»، «سفارش شما به پیک تحویل داده شد» و غیره.

۳۳. پشتیبانی ۲۴/۷ ارائه دهید.

ارائه‌ی پشتیبانی ۲۴ ساعته در ۷ روز هفته یکی از موثرترین روش‌ها است. برای حمایت شبانه‌روزی از مشتریان می‌توانید از ابزارهایی مانند چت آنلاین و یا ربات‌چت‌ها استفاده کنید. اگر تازه شروع به کار کرده‌اید و یا نمی‌خواهید چنین هزینه‌ای کنید، یک ادمین برای شبکه‌های اجتماعی استخدام کنید.

۳۴. شکایات مشتریان را ثبت کرده و به آن‌ها رسیدگی کنید.

حفظ مشتری‌های فعلی و فروش به آن‌ها، بسیار ارزان‌تر از پیدا کردن مشتریان جدید است. بنابراین باید تمام تلاش خود را برای ماندگاری و خرید مجدد مشتری انجام دهید. یکی از روش‌های مؤثر برای جلوگیری از ترک مشتریان، مدیریت مشتریان ناراضی و توجه و رسیدگی به شکایات آن‌هاست.

ممکن است برخی از مشتریان ناراضی، بدون هیچ صحبتی شما را ترک کنند، اما برخی دیگر پیش از ترک، فرصتی را در اختیار شما قرار داده و علل نارضایتی و شکایت خود را ثبت کنند. از این فرصت، برای جبران اشتباه خود استفاده کنید و در جهت جلب رضایت مجدد آن‌ها بکوشید. بنابراین:

- به دلایلی که باعث ناراحتی مشتریان ناراضی شده به دقت گوش دهید.
- آن‌ها را درک کرده و بابت اتفاق پیش‌آمده عذرخواهی کنید.
- علت را بررسی کنید و برای رفع آن تلاش نمایید.

۳۵. سلیقه‌ی مشتریان را شناسایی کنید و محصولاتتان را متناسب با آن ارائه دهید.

از داده‌هایی که در نرم‌افزار CRM ذخیره کرده‌اید، برای شناسایی سلیقه‌ی مشتری‌هایتان استفاده کنید. ارائه‌ی محصولات متناسب با سلیقه‌ی آن‌ها، فروشتان را متحول می‌کند.

۳۶. عملکرد رقبا را بسنجید.

با بررسی و تجزیه و تحلیل عملکرد رقابتان، نقاط ضعف و قدرت آن‌ها را شناسایی کرده و از تجربیات آن‌ها استفاده کنید. تحلیل رقبا به شما کمک می‌کند محیط فعالیت خود را بهتر بشناسید و گام‌های بعدی خودتان را هوشمندانه‌تر بردارید.

با بررسی رقبای خود این فرصت را به کارکنان خود بدهید که ببینند رقبای شما در چه سطحی خدمات مشتری ارائه می‌کنند. حتی اگر لازم بود شرکت‌هایی را بررسی کنید که رقیب مستقیم شما نیستند اما به ارائه‌ی خدمات مشتریان عالی معروف‌اند. برخی از شیوه‌های مشتری‌مداری آن‌ها ممکن است در کسب‌وکار شما قابل پذیرش باشد. از بینش‌های به دست آمده پس از بررسی رقبا (چه توسط خودتان یا کارمندانان)، می‌توانید بهترین ایده‌های عملی که قابل اجرا در سازمان شما است را به دست آورید.

۳۷. رویدادها برگزار کنید.

بسته به میزان بودجه‌تان، رویدادهای حضوری برگزار کرده تا مخاطب جذب کنید. یا می‌توانید وبینار برگزار کنید (البته این مورد به محصولتان بستگی دارد). مثلاً اگر خدمات مشاوره روانشناسی ارائه می‌دهید، لایو برگزار کنید. به چند نفر از فالوورهایتان دسترسی بدهید تا در لایو شرکت کرده و مشکلشان را بگویند. بعد راه‌حل ارائه کنید.

حتی می‌توانید از وبسایت‌هایی مانند ایسمینار، برای برگزاری دوره‌ی آموزشی آنلاین استفاده کنید.

۳۸. احساسات مشتری را نشانه بگیرید.

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

۳۹. 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 ۱۵ روز دیگر، به دلیل افزایش قیمت پارچه، قیمت مانتوهایمان گزان‌تر می‌شود» یا

به مشتری بگویید آفر ویژه‌ای تا آخر هفته دارید که تا سال دیگر تکرار نمی‌شود.

۴۰. قیمت مناسب ارائه دهید.

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.

۴۱. با کسب‌وکارهای مرتبط شریک شوید.

اگر بیزینسی هست که می‌توانید با آن همکاری خوبی داشته باشید، حتماً این روش را امتحان کنید. مثلاً اگر پیج فروش لوازم تحریر دارید، با پیجی که کوله‌پشتی مدرسه می‌فروشد، همکاری کنید. کافی است در شهریور و مهر ماه (که والدین برای مدرسه‌ی فرزندانشان خرید می‌کنند)، بیزینس دیگری را در صفحه‌ی خودتان معرفی کنید و برعکس.

۴۲. 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، مطالب پیج اینستاگرامتان باکیفیت باشند و روند مشخصی داشته باشند و غیره، خیلی روی اعتماد و فروش مؤثر است.

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

۴۴. 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 اسم افراد را در متن پیام بگذارید و بعد حرفتان را بزنید. خبرنامه بفرستید، تخفیف جدید اعلام کنید و یا نکته‌های کوچک و جالب بفرستید. به‌علاوه می‌توانید تولد مشتری‌ها را هم تبریک بگویید. یا حتی از بازاریابی پیامکی برای این کار استفاده کنید.

★★★★★
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.
پروژه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود.
شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروژه 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