

رازهای جذب مشتری وکلا و مشاورین حقوقی



تکنیک‌هایی که به جذب
موکل بیشتر کمک می‌کند

رازهای جذب مشتری وکلا و مشاورین حقوقی	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختاری‌پور	صفحه‌آرا
پاییز سال ۱۴۰۱	زمان انتشار
ابریزدانش 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 جذب مشتری وکلا و مشاورین حقوقی» روی لینک زیر کلیک کنید.

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

مقدمه

مشاورین حقوقی و وکلا هم برای دوام در بازار پرقابوت امروز نیاز به استفاده از تکنیک‌ها و استراتژی‌های خاص خودشان دارند. گاهی ما شاهد پیشرفت سریع و ناگهانی بعضی از وکلای تازه‌کار هستیم که انتظارش را نداشتیم. علت چیست؟ احتمالاً آن شخص راه‌کاری داشته که کمتر کسی در دنیای پیچیده‌ی وکالت بدان توجه کرده است. این شخص به جای اینکه به مراجعه‌کننده به چشم مشتری نگاه کند، به چشم انسانی نگاه می‌کند که باید مشکلش حل بشود.

به هر حال هنوز هم تکنیک‌هایی وجود دارد که شما بتوانید به کمک آن مؤسسه‌ی حقوقی‌تان را سر زبان‌ها بیندازید. ما مقاله‌های مختلفی در این خصوص مطالعه کرده‌ایم و به این نتیجه رسیدیم که همه‌ی تجربه‌مان را یک‌جا جمع کنیم. مطمئناً ۴۶ تکنیکی که اینجا آمده راه‌حل بسیاری از سؤالاتتان خواهد بود.

۱. در کانال‌های مختلف حضور داشته باشید.

از جمله اقدامات قابل توجهی که می‌توانید برای ایجاد تجربه‌ی مثبت مشتری به کار ببرید این است که در کانال‌های مختلف حضور داشته باشید. به این ترتیب مراجعان از روشی که مورد ترجیحشان است به راحتی با شما ارتباط برقرار می‌کنند و از این لحاظ با هیچ دشواری‌ای روبه‌رو نخواهند شد.

۲. از رویکردهای مشتری‌محور استفاده کنید.

به عنوان وکیل یا مشاور حقوقی می‌توانید با متمرکز شدن بر روی هر مرحله از خدماتی که به مشتری‌هایتان ارائه می‌دهید، تجربه‌ای بهتر برایشان ایجاد کنید. توجه داشته باشید که وبسایتتان، خط مشی‌هایی که در دفتر حقوقی خود تعریف می‌کنید و حتی کارمندانان باید دسترسی مشتری‌ها به اطلاعات مورد نیازشان را آسان کنند. باید دقت داشته باشید که مشتری‌ها برای یافتن پاسخ سؤالاتشان نباید با دشواری روبه‌رو شوند. وقتی که امور را برای آن‌ها به این شکل تسهیل کنید، دیگر هیچ انگیزه‌ای برای مراجعه به وکلای دیگر برایشان باقی نمی‌ماند.

۳. برای اتخاذ رویکرد مشتری‌محور انگیزه ایجاد کنید.

اتخاذ رویکردی مشتری‌محور به معنای ارائه‌ی تجربیات مثبت قبل و بعد از جذب مشتری است که باعث تکرار مراجعه، وفاداری مشتری و افزایش سود دفتر حقوقیتان

خواهد شد. برای ایجاد انگیزه در کارکنانتان می‌توانید با نظارت بر روی عملکردشان مشوق‌هایی را برایشان در نظر بگیرید. برای جاری ساختن این رویکرد در دفترتان می‌توانید از روش‌های زیر بهره بگیرید:

- برای اینکه مشتری‌ها را در اولویت قرار دهید لازم است اشتیاق داشته باشید.
- روی [نیازها و خواسته‌های مشتری](#) تمرکز کنید.
- روابطی ایجاد کنید که تجربه‌ی مثبت مشتری را به حداکثر برسانید.
- خدمات مشتری با اولین تماس آغاز می‌شود.

برای ایجاد بهترین تجربه برای ارائه‌ی خدمات به مشتری دفتر حقوقی خود لازم است که کل فرآیند پذیرش مشتری را مورد بررسی قرار دهید. برای انجام این کار با اولین نقطه‌ی تماس مشتری‌های بالقوه شروع کنید یا اینکه فرمی را در وبسایت خود پر کنید تا بهتر بتوانید فرآیندهای موجود را مورد ارزیابی قرار دهید. یکی از مهم‌ترین اقدامات این است که فرد مناسبی را برای پاسخگویی به تلفن و تماس‌های اولیه استخدام کنید. لازم است که این فرد برخوردی کاملاً دوستانه داشته باشد. همچنین مهم است که صبر و شکیبایی داشته باشد و اختیاراتی به او بدهید تا بتواند در برخی امور مشکلات را حل کند. مهم‌تر از همه اینکه باید بداند دفتر حقوقیتان کاملاً [مشتری‌مدار](#) است. به خاطر داشته باشید که برای ارائه‌ی خدمات بهتر به مراجعانتان لازم است هنگام تعامل با مشتری‌های خود از تکنیک‌های [گوش‌دادن](#) استفاده کنید. این شیوه باعث می‌شود که اضطراب مشتری‌تان کاهش یابد و تأثیر

مثبتی بر روی آن‌ها داشته باشد.

۴. آرامش خودتان را حفظ کنید.

شما با افرادی سروکار دارید که گرفتار چالشی شده‌اند و عصبانی هستند. در این شرایط قانون طلایی این است: آرامش خود را حفظ کنید. اگر شما هم عصبانی شوید، ممکن است بحث بالا بگیرد و رسیدن به تفاهم، به احتمال زیاد غیرممکن می‌شود. کاری که باید انجام دهید گوش دادن به مشتری، عذرخواهی، درک مشکل، نشان دادن همدلی و ارائه‌ی راه‌حل است. تحت هر شرایطی آرامش خود را حفظ کنید!

۵. از نگاه مشتریان به مسائل نگاه کنید.

با مشتری خود به نحوی رفتار کنید که می‌خواهید با شما رفتار شود. ورشکستگی، قوانین کیفری، مشکلات حقوقی مربوط به امور خانواده و مواردی از این قبیل همگی در یک نکته اشتراک دارند: می‌توانند بدترین تجربیات را در افراد ایجاد کنند. حتی حرفه‌ای‌ترین افراد هم ممکن است در چنین شرایطی نتوانند خود را کنترل کنند. به همین دلیل به عنوان یک وکیل یا مشاور حقوقی به طور معمول مردم را در بدترین حالت خود می‌بینید. برای ارائه‌ی خدمات بهتر به مشتری‌های خود لازم است که درک اولیه‌ای از [هوش هیجانی](#) و ارتباطات بین فردی داشته باشید. این دو مهارت کمک می‌کند تا بتوانید احساسات و عواطف مشتری خود را بهتر درک کنید. می‌توانید گاهی برای برقراری تماس با مشتری خود وقت بگذارید تا دریابید که در

این شرایط مشغول انجام چه کاری هستند و تجربه‌ای بهتر را به آن‌ها ارائه دهید.

۶. مراقب زبان بدن خود باشید

اگر با مشتریان حضوری برخورد می‌کنید، مراقب زبان بدن خود باشید. نحوه حرکت دست‌ها، سر و بدن شما حرف زیادی برای گفتن دارد. از [زبان بدن](#) برای تقویت ارتباطات شفاهی استفاده کنید.

۷. به موقع پاسخ دهید.

یکی از راه‌هایی که می‌توانید خدمات بهتری را به مشتری‌هایتان ارائه دهید این است که در سریع‌ترین زمان ممکن به آن‌ها پاسخ دهید. بر اساس [بررسی‌های انجام شده](#) ۶۴ درصد از مشتری‌ها اعلام کردند که وقتی با یک دفتر حقوقی تماس گرفته‌اند پاسخی دریافت نکرده‌اند و ۷۹ درصد از مشتری‌های بالقوه انتظار دارند که دفتر حقوقی ظرف ۲۴ ساعت به تماسشان پاسخ دهد.

۸. به جزئیات توجه کنید.

استفاده از نگرش جزئیات‌محور نسبت به مشتری‌هایتان باعث می‌شود تا هم خدمات بهتری ارائه کنید و هم اعتماد مشتریان را جلب کنید. هر چه [اعتماد مشتری‌ها](#) به شما بیشتر شود، بیشتر از مشکلاتشان به شما خواهند گفت. هر چقدر هم که بیشتر به شما بگویند بهتر می‌توانید به آن‌ها در حل کردن پرونده‌شان

کمک کنید. دانستن این جزئیات کمک می‌کند تا مشتری دریابد که به او اهمیت می‌دهید و این شیوه، ارجاعات را به دفتر حقوقیتان افزایش می‌دهد. در واقع بدون آنکه متوجه شوید [بازاریابی ارجاعی](#) برای شما انجام می‌شود.

۹. برای توضیح خط‌مشی‌های دفتر حقوقی خود وقت بگذارید.

یکی از راه‌های بهبود خدمات مشتریان مؤسسه‌ی حقوقی توجه به وکلا و صرف وقت برای آن‌هاست. در هنگام مشاوره‌ی اولیه باید دقیق به مشتریانتان توضیح دهید که فرآیند رسیدگی به پرونده‌ی حقوقیشان به چه صورت است و حق‌الوکاله‌تان چه میزان است و چه زمانی گرفته می‌شود. با این کار انتظارات مشتریان را مشخص می‌کنید و به این ترتیب بهتر می‌توانند تصمیم‌گیری کنند. به علاوه از ۸۰ درصد کشمکش‌های آتی هم جلوگیری خواهید کرد.

۱۰. مشتری‌ها را در جریان قرار دهید.

از جمله اقداماتی که می‌توانید برای ارائه‌ی خدمات بهتر به مشتری‌هایتان انجام دهید این است که آن‌ها را دقیق در جریان امور مربوط به پرونده‌ی حقوقی‌شان قرار دهید. بسیاری از مشتری‌ها حس می‌کنند که وکلایشان با آن‌ها در ارتباط با موضوع به اندازه‌ی کافی صحبت نمی‌کند. البته برای انجام این کار باید از ادبیات مناسب و قابل فهم برای افراد عادی استفاده کنید. اگر عبارات و اصطلاحات حقوقی‌ای وجود

دارد که نمی‌توانید آن‌ها را جایگزین کنید سعی کنید آن‌ها را دقیق و ساده توضیح دهید.

۱۱. روش‌های قیمت‌گذاری مختلفی را ارائه دهید.

بدیهی است که به عنوان وکیل یا مشاور حقوقی طیف وسیعی از افراد به سراغتان می‌آیند. در این بین باید به این موضوع توجه داشته باشید که همه‌ی افراد از تمکن مالی یکسانی برخوردار نیستند. بنابراین برای اینکه بتوانید خدمات بهتری را به مشتری‌هایتان ارائه دهید لازم است الگوهای قیمت‌گذاری مختلفی را برای حق‌الوکاله‌ی خود در نظر بگیرید.

۱۲. هر عنصری حرف می‌زند!

هر چیزی که مشتری هنگام بازدید از دفتر یا وبسایتتان می‌بیند بخشی از تجربه‌ی مشتری است. بهبود خدمات وکلا بر اساس دقت به جزئیات شکل می‌گیرد. احساس رضایت در محیطی که افراد چندان در آن احساس راحتی نداشته باشند دشوار است. به همین علت لازم است بخش‌های عمومی دفترتان مانند پذیرش، اتاق خودتان و غیره تمیز، روشن و مرتب باشد. با توجه به همه‌گیری کرونا و آنلاین شدن بسیاری از خدمات این موضوع در ارتباط با وبسایت و پلتفرم‌های مجازی که از آن استفاده می‌کنید نیز صدق می‌کند.

به دفتر یا وبسایتتان از نگاه مشتری‌هایتان نگاه کنید. در این صورت بهتر

درمی‌یابید که آیا فضای مطلوبی را به آن‌ها ارائه می‌دهید یا نه.

۱۳. به کارکنان اختیارات بدهید.

یکی از اقداماتی که نقش چشمگیری در بهبود خدماتی مشتریان دارد، این است که به کارکنان خود در حد امکان برای انجام برخی از امور اختیار بدهید. حتی می‌توانید نظرات و پیشنهاداتشان را مورد بررسی قرار دهید تا از این طریق بتوانید آن‌ها را هم در فرآیند ارائه‌ی خدمات مطلوب به مشتری‌هایتان درگیر کنید.

۱۴. راه‌های مختلفی را برای دریافت بازخورد مشتری‌هایتان در نظر بگیرید.

فرصت‌های مختلفی را در اختیار مشتری‌هایتان قرار دهید تا بتوانند نظرات خود را ارائه کنند. نشان دهید که برای نظراتشان ارزش قائل هستید. امکانی را در نظر بگیرید تا مشتری‌هایتان در صورت نیاز بتوانند پیغام‌های ناشناس را برایتان ارسال کنند. ممکن است بتوانید در مقالات یا محتوای مفیدی که در وبسایتتان ارائه می‌دهید، بخشی را به ارائه‌ی بازخورد مشتری‌هایتان اختصاص دهید. مثلاً دادگران حامی علاوه بر سیستم بازخورد امتیازی از دریافت نظرات و شیوه‌های دیگر برای اطلاع از نظرات مشتری‌ها و بهبود تجربه‌ی مشتریان استفاده می‌کند.

۱۵. فرآیندهای مربوط به مراجعه‌ی مشتری‌هایتان را مورد بازنگری قرار دهید.

یکی از بهترین روش‌های بهبود خدمات مشتریان برای مشاورین حقوقی، این است که فرآیندهای مراجعه‌ی مشتری‌هایتان را دقیق بررسی کنید. اینگونه مشکلات را شناسایی کرده و بازنگری و اصلاح می‌کنید.

۱۶. امنیت پرونده‌ها فراموش نشود!

یکی از مهم‌ترین اقداماتی که برای ارائه‌ی خدمات بهتر به مشتری‌هایتان باید انجام دهید این است که محرمانه‌شان باشید. به خاطر داشته باشید که بسیاری از مراجعینتان اطلاعاتی را در اختیار شما می‌گذارند که برایشان از اهمیت بالایی برخوردار است. بنابراین لازم است امنیت این اطلاعات را کاملاً حفظ کنید.

۱۷. تمرکز خود را روی فعالیت‌های مهم بگذارید.

به عنوان وکیل و مشاور حقوقی باید بدانید که انرژی و زمان محدودی را در اختیار دارید. بنابراین برای افزایش فروش لازم است که انرژی و توجه خود را بیشتر بر روی فرآیندهای مؤثر در فروش متمرکز کنید و مابقی وظایف را بر عهده‌ی افراد دیگری بگذارید. وقتی بتوانید به دیگران اعتماد کنید و انجام برخی از وظایف را به آنها بسپارید، در این صورت این امکان را در اختیار خواهید داشت که با تمام ظرفیت خود بر روی فرآیندهای مؤثر تمرکز کنید. این موضوع می‌تواند به معنای استفاده از

فناوری یا سپردن برخی از وظایف به برخی از کارکنانی که وکیل نیستند هم باشد. حتی می‌توانید برخی از خدمات حقوقی را برون‌سپاری کنید تا بهتر بتوانید بر روی انجام وظایف مربوط به امور حقوقی متمرکز شوید. در نتیجه به سمت افزایش فروش گام بردارید.

۱۸. اهداف روشنی را تعیین کنید و روی آن‌ها متمرکز بمانید.

تعیین افزایش فروش به عنوان هدف، کلی و مبهم است و در نتیجه به احتمال زیاد نتایج مبهمی را هم به همراه دارد. لازم است برای تعیین اهداف استراتژیک خود برای افزایش فروشتان وقت بگذارید و اهدافی دقیق، قابل اندازه‌گیری و قابل دستیابی را در مدت زمان مشخص تعیین کنید. برای مثال می‌توانید برنامه‌ای را برای دستیابی به تعداد مشخصی پرونده‌ی موفق در مدت زمانی معلوم در نظر بگیرید و به مرور آن را بر اساس روندهایی که پیش می‌روید، تغییر دهید. [هدف‌گذاری اسمارت](#) روشی است که اخیراً مؤسسات زیادی از آن استفاده می‌کنند.

۱۹. معیارهای کلیدی افزایش فروش را در نظر بگیرید.

این کافی نیست که اهداف مشخصی را برای افزایش فروشتان تعیین کنید بلکه لازم است تمام عملکردهای مربوط به تبلیغات یا بازاریابی را هم دقیق مدیریت کنید. اگر هنگام ارزیابی عملکردهایتان متوجه شدید که برخی از [استراتژی‌های فروش](#) به اندازه‌ی کافی کارایی ندارد از تغییر آن نترسید. این موضوع می‌تواند مربوط به هر

یک از مراحل مربوط به فرآیند فروشتان باشد.

۲۰. از تعهدات خود فراتر بروید.

از جمله روش‌هایی که برای افزایش فروش وکلا و مشاورین حقوقی همیشه پیشنهاد می‌شود، این است که تنها به حوزه فعالیت و خدمات حقوقی خودتان اکتفا نکنید. ممکن است مشتری‌هایتان نیاز داشته باشند در مواردی آن‌ها را راهنمایی کنید یا اینکه اطلاع کاملی از برخی موضوعات نداشته باشند و نیاز به آموزش داشته باشند. در این شرایط می‌توانید به کمکشان بشتابید و سعی کنید تا آنچه را که به آن نیاز دارند، ارائه دهید.

۲۱. طرز تفکر مشتری را درک کنید.

از جمله اقدامات کلیدی برای افزایش فروش و تبدیل سرخ‌هایتان به مشتری درک طرز تفکر مشتری و تنظیم شیوه‌ی مکالمات خود بر این اساس برای حل مشکلاتشان است. در حال حاضر مشتری‌ها درک بالاتری نسبت به قبل دارند. از این موضوع به نفع خود استفاده کنید و ببینید که آن‌ها دقیقاً چه چیزهایی می‌دانند. می‌توانید به تجربیات خود در این زمینه تکیه کنید تا در نهایت فروشتان را افزایش دهید.

۲۲. خود واقعیتان باشید.

هر چقدر هم که از استراتژی‌های مختلفی برای افزایش فروش دفتر وکالت

خودتان استفاده کنید، هیچ چیزی نمی‌تواند جای این نکته را بگیرد. هنگام صحبت با مشتری‌های بالقوه نباید از روی یک متن از پیش آماده‌شده حرف بزنید؛ چون افراد دوست دارند که با انسان واقعی روبه‌رو شوند نه یک ربات بی‌احساس.

۲۳. روی مفید بودن خدماتتان تمرکز کنید، نه فروش!

در نظر گرفتن این مورد به عنوان روشی برای افزایش فروش، کمی عجیب به نظر می‌رسد؛ اما نکته‌ی واقعاً مهمی است. به عنوان یک وکیل یا مشاور حقوقی باید به این موضوع توجه داشته باشید که کسی به سراغ شما می‌آید که قطعاً به خدمات شما نیاز دارد. بنابراین فقط باید او را قانع کنید که چرا باید به جای رقبا، خدمات حقوقی شما را دریافت کند. و تنها راه موفقیت در این حوزه این است که ذهنیتتان را از فروش و درآمد دور کنید و روی ارائه‌ی بهترین خدمات و رفع مشکل تمرکز کنید.

۲۴. کمتر صحبت کنید و بیشتر گوش کنید.

از دیگر نکاتی که برای افزایش فروشتان به عنوان یک وکیل یا مشاور حقوقی باید به آن توجه داشته باشید این است که بدانید مردم دوست دارند بیشتر در مورد خودشان صحبت کنند. این اصل به ویژه در ارتباط با فروش هم مطرح می‌شود. مردم می‌خواهند در مورد خودشان صحبت کنند و مکالمه با کسانی را ترجیح می‌دهند که برای گوش دادن به حرف‌هایشان وقت می‌گذارند. علاوه بر این مردم بیشتر از

افرادی خرید می‌کنند که به آنها علاقه دارند. بنابراین اگر مردم شما را دوست داشته باشند احتمال بیشتری وجود دارد که مشتريتان بشوند. پس ساده‌ترین کار این است که به حرف‌هایشان گوش کنید. به عبارت دیگر هنگام صحبت با مشتری تنها ۲۰ درصد از وقت را شما صحبت کنید. ۸۰ درصد زمان را به صحبت‌های مشتری گوش کنید و به سؤالاتش پاسخ دهید.

۲۵. شخصیت موکل را از قبل بشناسید.

قبل از ملاقات با یک مشتری بالقوه باید شخصیت او را بشناسید. انجام این کار در تبدیل آنها به مشتری و در نتیجه افزایش فروشتان تأثیر قابل توجهی دارد. این درست مانند یک راهنما برایتان عمل می‌کند.

مطالعه‌ی کتاب‌ها و مقالات روانشناسی و شخصیت‌شناسی به وکلا کمک بسیار بزرگی می‌کند که بدانند چطور با افرادی که ویژگی‌های شخصیتی متفاوتی دارند، رفتار کنند.

۲۶. در دسترس باشید.

یکی از تکنیک‌های افزایش فروش وکلا ارتباط مداوم با موکل است. یک پرونده‌ی طلاق را در نظر بگیرید. موکلان ممکن است در هر ساعتی از شبانه‌روز مشکلی را تجربه کرده و نیاز به مشورت سریع با شما داشته باشد. این موضوع در سایر پرونده‌های قضایی هم صدق می‌کند. بنابراین باید همیشه در دسترس باشید

و تماس مشتری را سریع پاسخ دهید. اگر فردی بتواند به سرعت به شما دسترسی پیدا کند، به احتمال زیاد خدمات حقوقی‌اش را به مؤسسه‌تان می‌سپارد.

۲۷. تلفن را بردارید.

در دنیایی که بیشتر افراد از پیامک یا پیام‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند ممکن است تماس تلفنی با افراد چندان معمول نباشد. اما تماس تلفنی در دنیای حقوق برای افزایش فروش ضروری است. این روش شیوه‌ای آسان برای متمایز شدن در میان رقبایتان است. برقراری تماس تلفنی راهی عالی برای ایجاد ارتباط با مشتری‌های بالقوه و در نهایت افزایش فروش است.

۲۸. روابط قوی ایجاد کنید.

از جمله روش‌هایی که می‌تواند فروشتان را افزایش دهد، این است که با مشتری‌های فعلی و بالقوه ارتباط برقرار کنید. انجام این کار با ادبیات حقوقی و ارائه‌ی پاسخ‌های پیچیده امکان‌پذیر نیست. درست است که در زمینه‌ی وکالت و حقوق متخصص هستید اما مشتری‌ها بیشتر می‌خواهند که در مورد موضوعات استرس‌زا و شخصیشان به مؤسسه‌تان اعتماد کنند. برای جلب اعتمادشان حتماً سعی کنید که با آن‌ها ارتباط شخصی برقرار کنید. این کار را می‌توانید با درک مشتری در حدی فراتر از مشکل حقوقیشان انجام دهید. افزایش فروش مشاورین حقوقی مشروط به ایجاد ارتباطات قوی است. مثلاً می‌توانید در مورد زندگی خانوادگی، علایق و شغلشان

اطلاعاتی کسب کنید. اگر وجه اشتراکی داشته باشید از نظر مشتری می‌توانید پیوند عمیق‌تری برقرار کنید.

۲۹. از مشتری‌هایتان مراقبت کنید.

یکی از مؤثرترین راه‌های افزایش فروش این است که از مشتری‌های فعلیتان مراقبت کنید. وقتی مشتری‌ها از خدمات حقوقی‌ای که ارائه می‌دهید راضی باشند، به مشتری تکراری و وفاداری برایتان تبدیل خواهند شد. این مشتری‌های رضایتمند همچنین به منبع ارجاعی عالی‌ای برایتان تبدیل خواهند شد. بنابراین لازم است به عنوان وکیل یا مشاور حقوقی از انتظارات مشتری‌هایتان فراتر روید. به خاطر داشته باشید که آن‌ها نگران‌اند و در شرایط استرس‌زایی قرار دارند. در این شرایط، راهنمایی و ارتباطی از شما می‌خواهند که بتوانند به مشتری‌های رضایتمند تبدیل شوند. می‌توانید با ایجاد روابط مداوم و ارائه‌ی خدمات مطلوب ارتباط بلندمدتی با مشتری‌های خود ایجاد کنید و در عین حال برای خودتان شهرت ایجاد کنید.

۳۰. از برنامه‌های وفاداری مشتری استفاده کنید.

یکی از روش‌هایی که می‌توانید فروشتان را افزایش دهید این است که مشوق‌هایی را برای استفاده از خدماتتان ارائه دهید. برای مثال می‌توانید تخفیف‌هایی را در نظر بگیرید تا از این طریق به فروش بالاتری دست پیدا کنید. مثلاً گروه وکلای اسلام‌شهر برای ایجاد ارتباط قوی با مشتری‌ها فعلی و احتمالی، با توجه به شرایط

مراجعه‌کنندگان تخفیفاتی را برای آن‌ها در نظر گرفته است.

۳۱. شاخص ارزیابی برای خودتان داشته باشید.

بعد از آنکه استراتژی‌های بازاریابی و افزایش فروش‌تان را تعیین کردید، باید بتوانید شاخص‌های ارزیابی فروش (KPI) خودتان را بررسی کنید. به این ترتیب از اثربخشی تکنیک‌های افزایش فروش‌تان مطمئن شوید.

پیگیری تلاش‌هایی که برای افزایش فروش انجام می‌دهید، بسیار مهم است. به این خاطر که متوجه شوید آیا هر کاری که انجام می‌دهید به نتیجه‌ی موردنظرتان می‌رسد یا نه. بدون اندازه‌گیری و سنجش معیارها، نمی‌دانید چه چیزی مؤثر بوده است و چه چیزی مؤثر نیست، یا کدام تلاش‌های بازاریابی بهترین بازگشت سرمایه را برایتان به همراه داشته‌اند. وقتی تصویر واضحی از نتایج عملکرد فروش یا بازاریابی‌تان داشته باشید، می‌توانید تصمیمات آگاهانه و مبتنی بر داده برای فعالیت‌های بعدیتان بگیرید.

۳۲. وبسایت بی‌نظیر

امروزه افزایش مشتری وکلا و مشاورین حقوقی دقیقاً همانند بسیاری از کسب‌وکارها وابسته به طراحی یک وبسایت خوب است. برای ۸۷ درصد مشتریان بالقوه، وبسایت اولین نقطه‌ی تماس است و باکیفیت‌ترین سرنخ‌ها را برایتان فراهم می‌کند. یک وبسایت حرفه‌ای و کامل مشتری‌ها را متقاعد می‌کند تا از خدمات یک مؤسسه

حقوقی توانمند استفاده کنند. باید اطلاعات دقیقی در ارتباط با فعالیت‌هایتان و دست‌آوردها، افتخارات و مدارک تحصیلی را در وبسایت درج کنید.

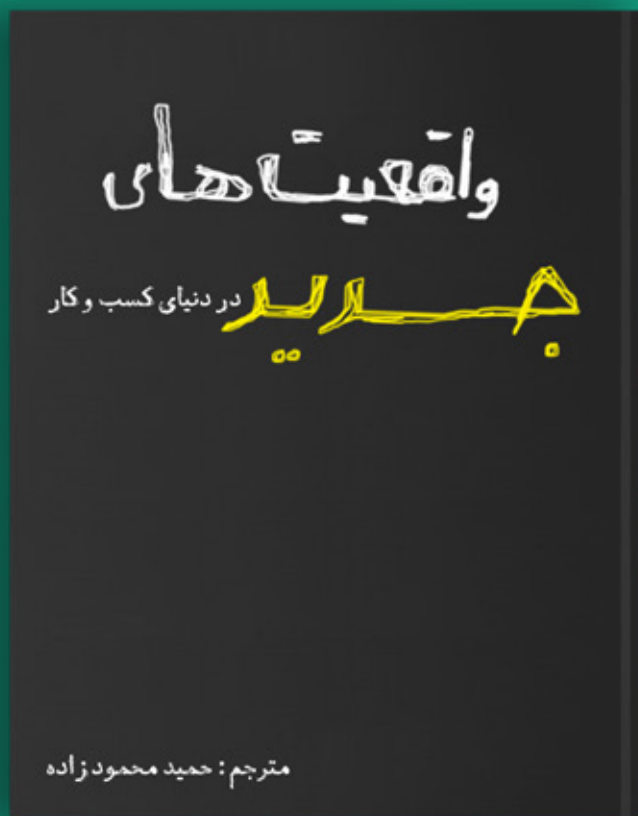
طراحی وبسایت هم مهم است. وبسایت را مثل یک فروشگاه در نظر بگیرید. هرچه جذاب‌تر و منحصربه‌فردتر باشد، مشتری‌های بیشتری جذب خواهید کرد. به علاوه سایت باید با موبایل هم سازگار باشد.

۳۳. موفقیت فعالیت‌های فروش خودتان را بسنجید. «چطور؟»

از مشتری بپرسید چطور با مؤسسه حقوقی شما آشنا شده؟! این کار را تلفنی یا از طریق فرم‌های پذیرش آنلاین می‌توانید انجام دهید. می‌توانید این فرم‌ها را از وبسایت مستقیماً به نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری که دارید وصل کنید تا همه‌ی پاسخ‌ها را یکجا داشته باشید و راحت‌تر نتایج را تحلیل کنید.

اگر از طریق وبسایت مشتری را جذب کرده‌اید، تحلیل داده‌های وبسایت هم کمک زیادی در تحلیل رفتار مشتریان جدید می‌کند.

اگر از نرم‌افزارهای مدیریت مشتری استفاده می‌کنید، تحلیل رفتار مشتریان به کمک این ابزارها نتایج بسیار خوبی در اختیار شما می‌گذارد. به این ترتیب، می‌توانید سریع و راحت مشخص کنید که برنامه‌ی بازاریابی شما کجا کار کرده و کجا موفقیت‌آمیز نبوده 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 <

۳۴. بازاریابی محتوا

ارائه‌ی مقالات سودمند و مفید در وبسایت به مشتری‌های بالقوه نشان می‌دهد که مؤسسه‌ی حقوقیتان در ارتباط با موضوعات و زمینه‌های حقوقی کاملاً به‌روز و دارای صلاحیت بالا است. اینگونه بهتر می‌توانند به مؤسسه‌ی حقوقیتان اعتماد کنند. مهم‌ترین کاری که برای جذب مشتری مؤسسه‌های حقوقی می‌توانید انجام دهید، جلب اعتماد مراجعین است. بر اساس بررسی‌های انجام شده حدود ۴۳ درصد از وکلا و مشاورهای حقوقی به دلیل مقالاتی که در وبلاگ خود ارائه می‌دهند، می‌توانند مشتری‌های خود را حفظ کنند.

۳۵. بهینه‌سازی موتور جستجو

بدون مخاطب، داشتن وبسایت حرفه‌ای و مطالب مفید هیچ فایده‌ای ندارد. بهینه‌سازی موتورهای جستجو یکی از بهترین روش‌های افزایش مشتری وکلا و مشاورین حقوقی است. استفاده از این شیوه باعث می‌شود مطالبی که می‌نویسید بیشتر دیده شود. استراتژی‌های بهینه‌سازی موتور جستجو باعث جذب ترافیک به وبسایتتان خواهد شد. وقتی مشتری بالقوه به دنبال اطلاعات در ارتباط با وکیل یا مشاور حقوقی مجرب است، وبسایتی که از لحاظ سئو بهینه‌سازی شده باشد، مشتری‌ها را به وبسایتتان هدایت می‌کند.

۳۶. از بانک اطلاعات مرجع استفاده کنید.

بسیاری از افراد برای اینکه بتوانند مؤسسات حقوقی را بیابند به سراغ بانک اطلاعات مرجع می‌روند. بنابراین برای اینکه بتوانید بهتر در دسترس افراد قرار بگیرید لازم است تا مشخصات خودتان را در این نوع مراجع ثبت کنید تا مشتری‌های بالقوه بتوانند به راحتی شما را بیابند. این بانک‌های اطلاعاتی باعث می‌شوند که بیشتر در دیدرس افراد قرار بگیرید که در نهایت منجر به افزایش ترافیک مشتری‌های بالقوه‌ی بیشتر می‌شود.

۳۷. برگزاری کنفرانس و وبینار

یکی از اقدامات بسیار کاربردی برای افزایش مشتری وکلا و مشاورین حقوقی، برگزاری سمینار و وبینار است. این روش برای ارائه‌ی مشاوره‌های فردی و یافتن شبکه‌ای از مشتری‌ها اهمیت بالایی دارد. در این رویدادها می‌توانید آزادانه با مشتری‌های بالقوه تعامل داشته باشید و اطلاعات سودمندی را به آن‌ها ارائه دهید. مزیت انجام این کار این است که در این رویدادها بیشتر افرادی که به خدماتتان نیاز دارند شرکت می‌کنند. علاوه بر این، استفاده از این استراتژی روشی عالی برای نشان دادن صلاحیت و توانمندیتان در امور خدمات حقوقی است تا به این طریق بتوانید مشتری‌های بیشتری را به سمت خود جذب کنید.

۳۸. محتوای ویدئویی

به طور کلی مردم ویدئوها را نسبت به دیگر انواع محتوا بیشتر ترجیح می‌دهند؛ زیرا به درک راحت‌تر و سریع‌تر اطلاعات کمک می‌کند. این شیوه [استراتژی بازاریابی](#) قدرتمندی برای جذب مشتری‌های بیشتر است. برای مثال می‌توانید ویدئوهای با کیفیتی را برای بحث در زمینه‌های کلیدی در ارتباط با موارد قانونی یا انتشار مطالب مفید در ارتباط با مشاوره‌ی حقوقی ارائه دهید.

۳۹. در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشید.

[بازاریابی رسانه‌های اجتماعی](#) روشی عالی برای معرفی خودتان و افزایش مشتری وکلا و مشاورین حقوقی است. زیرا دنیا روز به روز بیشتر به سمت استفاده از فناوری تمایل پیدا می‌کند. متأسفانه شرکت‌های حقوقی کمتر از این ابزار استفاده می‌کنند و تعداد کمی از وکلا به سراغ آن می‌روند. فراگیر بودن شبکه‌هایی مانند اینستاگرام فرصتی را برای دسترسی به طیف گسترده‌ای از افراد، فراهم می‌کند. بنابراین لازم است که به عنوان وکیل و مشاور حقوقی حضور خود را در این نوع رسانه‌ها تقویت کنید تا مشتری‌های بیشتری را به سمت خود جذب کنید. شما هم می‌توانید به کمک [ابزارهای مدیریت شبکه‌های اجتماعی](#)، حضور خودتان را در این محیط تقویت کنید.

۴۰. کتاب‌های الکترونیکی قابل دانلود

یکی دیگر از راه‌های مؤثر برای دستیابی به مخاطبان هدف و مشتری‌های بالقوه نشان دادن تخصصتان از طریق ارائه‌ی محتوا (در قالب کتاب‌ها و مقالات الکترونیکی) است. به خاطر داشته باشید که کتاب‌های الکترونیکی و راهنماهای مربوط به موارد قانونی روشی کاربردی برای دسترسی به مشتری‌های بالقوه است، زیرا بسیاری از افراد تمایل دارند تا برای دریافت این اطلاعات رایگان ارزشمند اطلاعات تماس خود را در اختیارتان قرار دهند.

۴۱. حوزه‌ی عملکرد گسترده‌تر

هر چقدر که به عنوان وکیل و مشاور حقوقی در زمینه‌های بیشتری تخصص داشته باشید و خدمات حقوقی گسترده‌تری را ارائه دهید، به طیف وسیع‌تری از مشتری‌ها دسترسی خواهید داشت. گسترش دامنه‌ی فعالیت در مؤسسه‌ی حقوقیتان از اهمیت بالایی برخوردار است و راهی عالی برای جذب مشتری‌های بیشتر است.

۴۲. استفاده از نظرات مشتری‌های قبلی

استفاده از نظرات مشتری‌های قبلی فرصتی مطلوب برای جذب مشتری‌های جدید و اعتمادسازی است. به خاطر داشته‌باشید که ۹۲ درصد از مشتری‌ها قبل از یافتن وکیل ابتدا نظرات مشتری‌های قبلی را بررسی می‌کنند تا بتوانند تصویری از عملکرد یک سازمان یا مؤسسه به دست آورند. برای دریافت نظرات مشتری، نشان دهید که

چقدر برای بازخوردهایشان ارزش قائلید. با انتقادات و نظرات منفی هم به شکلی مثبت برخورد کنید. عذرخواهی کنید و هرچقدر می‌توانید برای رفع مشکل تلاش کنید.

۴۳. از تبلیغات کلیک استفاده کنید.

با توجه به استفاده‌ی گسترده از اینترنت، یکی از بهترین راه‌ها برای افزایش مشتری برای وکلا و مشاورین حقوقی استفاده از [تبلیغات کلیک](#) است. در این شیوه می‌توانید بیشتر در دسترس مخاطبان و مشتری‌های بالقوه قرار بگیرید تا افراد بیشتری بتوانند از خدماتی که ارائه می‌دهید آگاه شوند.

۴۴. ارائه‌ی خدمات حقوقی عالی

به عنوان وکیل یا مشاور حقوقی هر چه خدمات بهتری ارائه دهید، مشتری‌های بیشتری را به سمت خود جذب خواهید کرد. این خدمات، ارائه‌ی صورت‌حساب‌های مالی شفاف، خدمات عالی به مشتری‌ها و در نهایت رسیدگی به پرونده‌های حقوقی با تمرکز بر دستیابی به نتیجه‌ی مطلوب را در برمی‌گیرد. درست مانند سناریویی که در مقدمه آمد این شیوه به بازاریابی دهان به دهان کمک کرده و روشی عالی و کم‌هزینه برای جذب مشتری‌های بیشتر است.

۴۵. خدمات رایگان ارائه دهید.

یکی از راه‌های کاربردی برای ایجاد سرخ و جذب مشتری‌های بالقوه، ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ی رایگان است. یک پیشنهاد ارائه‌ی خدمات رایگان به مشتری‌های بالقوه این فرصت را می‌دهد تا قبل از اینکه مؤسسه‌تان را انتخاب کنند، آن را امتحان کنند. به خاطر داشته باشید وقتی مشتری‌های بالقوه به دنبال یافتن یک وکیل و یا مشاور حقوقی مجرب هستند، این موضوع می‌تواند برایشان نگران‌کننده باشد. به همین دلیل با ارائه‌ی مشاوره‌ی رایگان می‌توانید به مشتری‌های بالقوه این فرصت را بدهید تا گزینه‌های خود را بهتر مورد ارزیابی قرار دهند و راحت‌تر تصمیم‌گیری کنند.

۴۶. روش‌های ارتباطی ساده

با توجه به شرایط همه‌گیری کرونا از جمله اقدامات موثری که برای جذب افراد به سمت خود می‌توانید انجام دهید این است که روش‌های ارتباطی را تسهیل کنید. به عبارت دیگر امکان برقراری ارتباط ساده‌تر به جذب مشتری مشاورین حقوقی کمک فوق العاده زیادی می‌کند. به عنوان مثال استفاده از روش‌های مشاوره‌ی آنلاین یا تلفنی می‌تواند نقش قابل توجهی در جذب مشتری‌های بالقوه به سمت موسسه‌ی حقوقیتان داشته باشد.

نرم افزار CRM چه کاربردی برای وکلا و مشاورین حقوقی دارد؟

بالا نگه داشتن سطح رضایت مشتری برای حفظ مشتری‌های هر کسب‌وکاری یک ضرورت است. در حال حاضر فناوری، برای عملکرد صاحبان کسب‌وکارها امکان شخصی‌سازی روابط، بهبود تجربه‌ی مشتری و پاسخگویی سریع به انتظارات را فراهم آورده است. یکی از ابزارهای بسیار کارآمد برای دستیابی به این هدف و حتی فراتر از آن نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری است. نرم‌افزار CRM برای بهبود خدمات مشتریان به روش‌های زیر عمل می‌کند:

۱. دید کاملی از وضعیت مشتری‌ها

یکی از اولین و مهم‌ترین کاربردهای نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری برای وکلا و مشاورین حقوقی این است که دید کاملی از وضعیت مشتری‌ها در اختیارشان قرار می‌دهد. به کمک این اطلاعات می‌توانید بینش دقیق و کاملی از وضعیت دفتر حقوقیتان به دست آورید. به‌علاوه استراتژی‌های مؤثری برای ایجاد ارتباط با مشتری‌های بالقوه تدوین خواهید کرد. همچنین به کمک این سیستم می‌توانید تمام فرآیندهای لازم برای جلب وفاداری مشتری‌های فعلی را در مؤسسه‌ی حقوقیتان

پیاده کنید.

۲. داده‌های مشتری‌هایتان را یک جا متمرکز کنید.

ممکن است بخواهید برای راحتی مخاطبان و مشتری‌های بالقوه، امکان برقراری ارتباط از طریق وبسایت یا شبکه‌های اجتماعی را ایجاد کنید. به کمک نرم‌افزار CRM امکان ردیابی آسان تماس‌ها و ارتباطات مخاطبان و مشتری‌های بالقوه از هر کانالی امکان‌پذیر است. به کمک این سیستم هیچ یک از سرنخ‌هایتان را از دست نمی‌دهید و امکان ردیابی و پیگیری تمام فرصت‌های فروش به راحتی برایتان امکان‌پذیر است.

این نرم‌افزار یک پایگاه داده از اطلاعات ارزشمند مشتری‌هایتان را در دسترس قرار می‌دهد. تنها با یک کلیک ساده در کمتر از ۱ ثانیه به هرچه بخواهید دسترسی دارید.

۳. اولویت‌بندی وظایف

به عنوان یک وکیل یا مشاور حقوقی بهتر از هر کسی می‌دانید که اولویت‌بندی وظایف برایتان از اهمیت بالایی برخوردار است. این موضوع به ویژه در پیگیری مشتریان بالقوه اهمیت بالایی دارد. به کمک ابزارهای موجود در نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری می‌توانید یادداشت‌های مورد نیاز برای یادآوری و تماس با مشتریان در زمان مناسب ایجاد کنید. در نتیجه به راحتی می‌توانید میزان پیشرفت کار را پیگیری

کنید و بهترین تصمیمات را در ارتباط با مشتریان اتخاذ کنید.

۴. ذخیره‌سازی اسناد در یک مکان

به عنوان یک وکیل یا مشاور حقوقی معمولاً اسناد زیادی وجود دارد که لازم است آن‌ها را طبقه‌بندی و بازیابی کنید و یا اینکه با مراجع مرتبط به اشتراک بگذارید. حفظ این اسناد و خراب یا گم نشدنشان هم اهمیت زیادی دارد. از سوی دیگر باید همیشه به آن‌ها دسترسی داشته باشید. به کمک نرم‌افزار CRM و نسخه‌ی موبایلی آن به راحتی تمام اسناد را به شکلی مدون و امن سازماندهی می‌کنید. حتی اگر به اینترنت دسترسی نداشته باشید هم می‌توانید از سی‌آر‌ام استفاده کنید.

۵. اتوماسیون

این یکی از مهمترین کاربردهای CRM برای وکلا و مشاورین حقوقی است. بیش از ۸۳ درصد وظایف و فرایندها در CRM به صورت اتوماتیک انجام می‌شود. در این صورت وقت بیشتری را برای تمرکز روی پرونده‌های مراجعینتان، در اختیار خواهید داشت. به عبارت دیگر نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری کمک می‌کند تا به بهترین شکل در زمانتان صرفه‌جویی کنید و به طور مداوم به مشتری‌های بالقوه‌ی بیشتری دسترسی داشته باشید.

۶. تعاملات خود با مشتری‌ها را ثبت و پیگیری کنید.

علاوه بر رسیدگی به پرونده‌های قضایی، باید به فکر توسعه‌ی کسب‌وکارتان هم باشید. برای انجام این کار باید بتوانید هر چه بیشتر سرنخ‌ها را به مشتری تبدیل کنید و مشتری‌های فعلی‌تان را هم حفظ کنید. نرم‌افزار CRM این امکان را در اختیار شما قرار می‌دهد تا بتوانید خدمات مشتری را به شکلی دقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید. به کمک این سیستم روی فعالیت‌های تیم خود نظارت خواهید کرد. در نتیجه می‌توانید اقدامات مورد نیاز را در زمان مناسب به کار بگیرید و عملکردهایتان را بهبود ببخشید.

۷. فرآیند پذیرش خودکار

در شرکت‌ها و دفاتر حقوقی فرآیند پذیرش مشتریان کمی متفاوت از دیگر کسب‌وکارها است. وکلا فرآیند خاصی برای جلب موکلین خود دارند و نسبت به بسیاری از مشاغل الزامات بیشتری در آن وجود دارد. ارائه‌ی فرایندی یکپارچه برای ایجاد تجربه‌ی مشتری‌ها بسیار مهم است. این موضوع را باید از اولین مرحله‌ی تماس با انتهای فرایند اعلام حکم قطعی پرنده در نظر داشته باشید. و یکی از کاربردهای قابل توجه نرم‌افزار CRM این است که می‌توانید فرآیند پذیرش را خودکار انجام دهید.

۸. تنظیم قرار ملاقات

به عنوان یک وکیل یا مشاور حقوقی تنظیم زمان برای انجام وظایف، برایتان از

اهمیت بالایی برخوردار است. فراموش کردن هر یک از آنها می‌تواند وجهه‌تان را خدشه‌دار کند. به کمک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری می‌توانید برای انجام وظایف‌تان برنامه‌ریزی دقیقی داشته باشید و هیچ یک از قرار ملاقات‌هایتان را فراموش نکنید.

۹. ارائه‌ی گزارش‌های دقیق

یکی از کاربردهای CRM برای مشاورین حقوقی و وکلا این است که تمام داده‌های مربوط به ارتباطات و عملکرد دفتر حقوقی‌تان را تجزیه و تحلیل می‌کند. به علاوه با یک کلیک می‌توانید گزارش هر چیزی را دریافت کنید. اینگونه بهتر می‌توانید در خصوص اقدامات لازم تصمیم‌گیری کنید و در نتیجه عملکرد هوشمندانه‌تری دارید. به کمک نرم‌افزار CRM می‌توانید عملکرد مؤسسه و تیم‌تان را در تمام زمینه‌ها (مانند خدمات مشتریان، تعداد پرونده‌های بسته‌شده و غیره) تجزیه و تحلیل کنید. با ابزارهای موجود در این سیستم می‌توانید معیارهای مختلفی را بررسی کنید از جمله اینکه کدام کانال‌ها یا منابع برای جذب مشتری بهترین کارایی را داشته‌اند. این اطلاعات شما را قادر می‌سازد تا دریابید که در چه بخش‌هایی به خوبی عمل کرده‌اید و کجا لازم است عملکردتان را بهبود دهید.

۱۰. افزایش رضایتمندی مشتری‌ها

به کمک نرم‌افزار CRM قادر خواهید بود تا تمام مشتری‌های بالقوه، عملکردهای

مربوط به بازاریابی و سایر اقدامات خود را سیستماتیک و بسیار کارآمد انجام دهید. با درک بهتر مشتری‌هایتان، تجربه‌ی مشتری بهتری هم به آن‌ها ارائه می‌دهید. نرم‌افزار سی آر ام همچنین به تقویت روابطتان با مشتری‌های فعلی و قبلی کمک می‌کند. انجام این کار کمک می‌کند تا بتوانید تعامل و ارتباط خود را با ارزشمندترین مشتری‌های خود حفظ کنید و به این طریق کسب‌وکارتان را توسعه دهید. بررسی‌ها نشان داده CRM تجربه‌ی مشتری را تا ۳۰٪ بهبود می‌دهد.

۱۱. سرنخ‌هایتان را بهتر ردیابی کنید.

نرم‌افزار CRM بهترین ابزار برای مدیریت سرنخ‌ها است. این نرم‌افزار کمک می‌کند تا سرنخ‌هایتان را طی کاریز فروش، بهتر سازماندهی کنید و نسبت به داده‌ها و نتایج خود بینش دقیقی را به دست آورید. به کمک ابزارهای موجود در سیستم سی آر ام می‌توانید ببینید که چه افرادی به وبسایتتان مراجعه کرده‌اند و در نتیجه بهتر می‌توانید مشتری‌های بالقوه را پیگیری کنید.

۱۲. امنیت اسناد و مدارک ارزشمند

به عنوان وکیل یا مشاور حقوقی از اهمیت حفظ سوابق مشتری‌هایتان به شکل دیجیتالی به خوبی آگاهید. برای این منظور نرم‌افزار سی آر ام می‌تواند کمک کند تا تمام اسناد و مدارک ارزشمند را بدون و سازمان‌دهی شده ذخیره کنید و در هنگام نیاز به راحتی به آن‌ها دسترسی داشته باشید. این مزیت باعث می‌شود که در زمان

و انرژی صرفه‌جویی کنید. در نتیجه باعث بالا رفتن بازده‌تان خواهد شد.

به‌علاوه می‌توانید میزان دسترسی افراد مختلف به سی آر ام را هم مشخص و محدود کنید تا هرکسی به اسناد دسترسی نداشته باشد. همه‌ی داده‌هایتان در یک پایگاه امن ذخیره می‌شوند و امکان ندارد که از دست بروند.

★★★★★
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؟



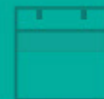
یک ساعت بعد از شروع :

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