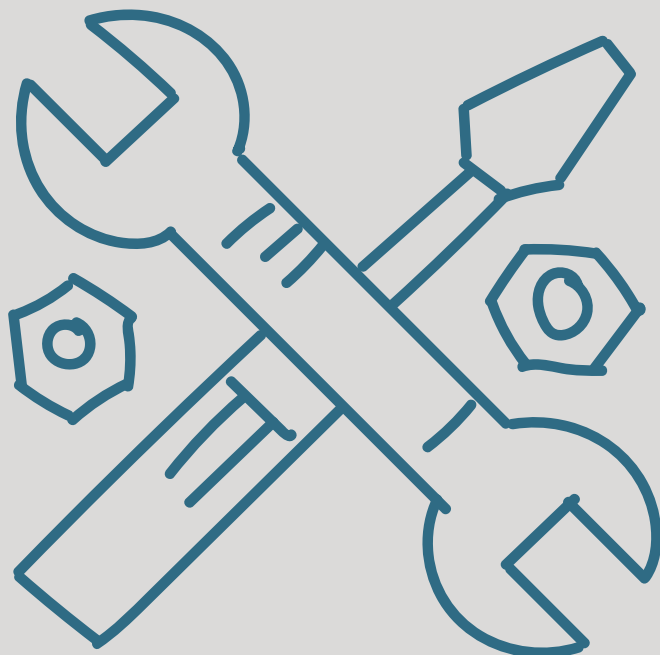
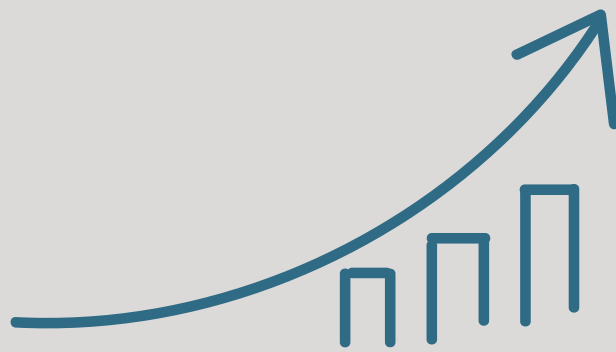


۴۵ راز افزایش فروش شرکت های خدماتی و تعمیراتی



رازهای افزایش فروش شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	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 «رازهای افزایش فروش شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی» روی لینک زیر کلیک کنید.

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

مقدمه

فکر می‌کنید اصلاً لازم است در مورد اهمیت افزایش فروش صحبت کنیم؟ کسی هست که میزان اهمیت این موضوع را نداند؟ اما یک سوءتفاهم بزرگ در حوزه‌ی افزایش فروش وجود دارد! شرکت‌های بزرگ و موفق، یک تیم فروش بزرگ دارند. این موضوع باعث شده مدیران کسب‌وکارهای مختلف تصور کنند که این تنها راه افزایش فروش و موفقیت است.

ما هم منکر این موضوع نیستیم. تیم فروش می‌تواند بهترین منبع برای جذب مشتریان و در نهایت رشد فروش محصولات باشد؛ اما این تنها روش افزایش فروش نیست. روش‌های بسیار ارزان‌تری هم وجود دارد که می‌توانید برای افزایش فروش شرکتتان از آن‌ها استفاده کنید.

به همین خاطر ما، تکنیک‌هایی که برای بهبود خدمات، جلب توجه مشتریان و مهم‌تر از همه افزایش فروش نیاز دارید را در این کتابچه جمع کرده‌ایم. این راهنما شامل ۴۵ استراتژی اصلی و کاربردی و همین‌طور نتیجه‌ی مطالعات همکاران ما و تجربه‌ی افراد مختلف در صنعت است.

۱. حرفه‌ای ظاهر شوید.

اولین قدم برای ارائه‌ی تجربه‌ای مثبت و ایجاد رابطه‌ای قوی با مشتری، حرفه‌ای بودن است. شاید صاحبان بسیاری از شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی به تکنسین‌های خود اجازه دهند در محیط کار هر لباسی را که با آن راحتند، بپوشند. اما به خاطر داشته باشید هنگام رفتن به خانه‌ی مشتری‌هایتان باید وضعیت متفاوت باشد. استفاده از یونیفرم، وضعیت ظاهری مرتب و جعبه ابزار منظم باعث می‌شود که مشتری نگران‌تان نسبت به خدماتی که ارائه می‌دهید احساس اطمینان کند. انجام این کار برای ایجاد تعامل قوی با مشتری و آغاز رابطه‌ای بلندمدت با شرکتتان تأثیرگذار خواهد بود.

۲. با بازرسی اولیه شروع کنید.

جلب توجه مشتریان در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی به میزان دقت مدیران و کارکنان آن وابستگی زیادی دارد. وقتی مشتری مشکلاتی را که دارد برایتان توصیف می‌کند، لازم است تا دقیق به صحبت‌هایش گوش کنید. برای اینکه بتوانید خدمات بهتری را به آن‌ها ارائه دهید باید به تمام جزئیات توجه کنید. مثلاً اگر دستگاهی کاملاً از کار افتاده باشد تنها گفته‌های مشتری می‌تواند نشان دهد که چه اتفاقی افتاده است. با این حال تنها صحبت‌های مشتری برای ارائه‌ی خدماتی مطلوب کافی نیست. ممکن است مشتری فهرستی از علائم و نظرات غیرتخصصی را اعلام کند

که شما به عنوان یک متخصص به خوبی معنایشان را درمی‌یابید. به همین دلیل همیشه ارائه‌ی خدمات را با بازرسی کامل و اولیه شروع کنید. لازم است تا ارزیابی دقیقی را از وضعیت دستگاه به مشتری ارائه دهید. پس از آن می‌توانید توصیه‌های خود را در مورد نحوه‌ی انجام تعمیرات و گزینه‌های موجود به مشتری ارائه دهید.

۳. احساسات را نشانه بگیرید.

اگر به دنبال تکنیک‌های افزایش فروش هستید، باید ابتدا احساسات افراد را بشناسید. محرک‌های احساسی قوی‌ترین محرک برای تصمیم‌گیری خرید هستند. احساساتی مانند ترس، شرم، غرور و حتی نوع دوستی می‌توانند محرک‌های قدرتمندی برای فروش محسوب شوند.

تابه‌حال چیزی در مورد تکنیک **FOMO** شنیده‌اید؟ **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، فروش خود را متحول کرده‌اید. مثلاً به مشتری بگویید که این نوع خاص از محصول فقط به شرایط کنونی‌شان می‌خورد. و اگر در آینده تغییری در وضعیت فرد ایجاد شود، دیگر نمی‌تواند از این محصول استفاده کند.

البته این تکنیک به موقعیت‌شناسی شما وابستگی زیادی دارد.

۴. وبسایت قوی

مهمترین رمز جذب مشتری‌های بیشتر برای شرکت‌های خدماتی، وبسایت باکیفیت است. بیشتر مردم برای پیدا کردن این نوع خدمات، در اولین قدم به سراغ اینترنت می‌روند. حتماً اطلاعات مهم کسب‌وکار را مانند آدرس و منطقه‌ای که پوشش می‌دهید، ساعات کاری، اطلاعات تماس و خدماتی که ارائه می‌دهید، در سایت قرار بدهید.

نکته: مؤثرترین وبسایت‌ها امکان پاسخگویی آنلاین را هم فراهم می‌کنند. بسیاری از صاحبان شرکت‌های تعمیراتی و خدماتی این کار را با قرار دادن فرم تماس در صفحه‌ی اصلی، صفحات فرود و غیره انجام می‌دهند.

۵. از مطالب آموزنده و مفید استفاده کنید.

افزایش مشتری در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی دقیقاً همانند سایر کسب‌وکارها نیاز به استفاده از روش‌های مدرن دارد. تولید محتوا یکی از همین روش‌هاست که با توسعه‌ی تکنولوژی مورد استقبال قرار گرفته است. استفاده از مقالات و مطالب مفید و آموزنده کمک می‌کند تا مشتری‌هایتان اطمینان پیدا کنند کاملاً به‌روز هستید. این شیوه به بالا رفتن اعتبارتان کمک می‌کند و باعث می‌شود تا افراد بیشتری برای سپردن امور خدمات و تعمیرات خود به سراغتان بیایند.

۶. بهینه‌سازی موتور جستجو را فراموش نکنید.

ایجاد وبسایت قوی و ارائه‌ی محتوای مفید تنها در صورتی به ارائه خدمات و کسب درآمد می‌رسد که در گوگل دیده شوید. به همین دلیل باید از بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) برای جذب مشتری استفاده کنید. استفاده از کلمات کلیدی مناسب، سبب می‌شود مشتری‌ها راحت‌تر پیدايتان کنند. به کمک این شیوه می‌توانید در موتورهای جستجو رتبه‌ی بالاتری داشته باشید و مشتری‌های بالقوه قبل از سایت رقبا، وبسایت شرکتتان را ببینند.

۷. از تبلیغات کلیک استفاده کنید.

یکی از روش‌هایی که می‌توانید به کمک آن برای افزایش مشتری‌هایتان نتایج سریع‌تری بگیرید استفاده از تبلیغات کلیک است. در این شیوه لینک وبسایت خود را در وبسایت‌های پرتراфик، در معرض دید قرار می‌دهید تا افراد بیشتری بتوانند از کسب و کارتان اطلاع پیدا کنند و به سراغتان بیایند. بعد به ازای هر کلیک دریافتی هزینه پرداخت خواهید کرد. تبلیغات کلیک در افزایش مشتری شرکت‌های خدماتی تأثیر بسیار زیادی دارد، به شرط آنکه پس از جذب بتوانید خدمات بهینه‌ای به آنها ارائه بدهید.

۸. از نظرات مشتری‌های قبلی استفاده کنید.

یکی از موفق‌ترین تکنیک‌های بازاریابی برای شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی

استفاده از نظرات مشتری‌های قبلی است. می‌توانید با کمک نظرات مثبت افراد دلیل قدرتمندی را در اختیار سرنخ‌هایتان قرار دهید تا آن‌ها را به مشتری تبدیل کنید. برای اینکه بهتر بتوانید به نظرات مشتری‌هایتان دست پیدا کنید می‌توانید پس از اتمام کار پیام‌هایی را برایشان ارسال کنید و در مورد خدماتی که ارائه داده‌اید از آن‌ها سؤال بپرسید.

۹. از Bandwagon استفاده کنید.

مردم دوست دارند همان کاری را انجام دهند که دیگران قبلاً انجام داده‌اند. وقتی مشتری بداند شخص دیگری قبلاً در این موقعیت بوده و انتخاب مشابهی کرده و از خدمات شما استفاده کرده است، خیالش راحت می‌شود و احساس راحتی بیشتری می‌کند. برای این کار یک بخش رضایت مشتریان در وبسایت قرار دهید و یا از مشتری‌ها بخواهید نظراتشان 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.

۱۰. شبکه‌های اجتماعی

رشد بلندمدت هر کسب‌وکاری به توانایی در ایجاد ارتباط عالی با مشتری‌های بالقوه و مشتری‌های فعلی بستگی دارد. [بازاریابی شبکه‌های اجتماعی](#) یکی از بهترین

راه‌ها برای افزایش تعامل با مشتری‌هایتان است. پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام کمک می‌کنند تا مستقیماً با مشتری‌هایی که از خدمات شما استفاده کرده‌اند، یا علاقه‌مند به استفاده از آن هستند ارتباط برقرار کنید.

۱۱. روش‌های جدید

تکنیک‌های جذب مشتری در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی فقط به روش‌های بازاریابی داخلی محدود نمی‌شود. شما باید در پلتفرم‌های مختلف خدماتتان را به نمایش بگذارید.

- پلتفرم دیوار و شیپور و غیره

این پلتفرم‌ها محبوبیت بسیار بالایی در ایران دارند و روزانه میلیون‌ها نفر از آن‌ها استفاده می‌کنند. پس شما هم آگهی خدماتتان را در دیوار ثبت کنید. عکس‌هایی از کیفیت خدمات و یا بنری برای اعلام خدماتی که ارائه می‌دهید بگذارید تا مشتری‌ها بیشتر مشتاق شوند با شما تماس بگیرند.

- گوگل مپ، نشان و غیره

مردم بیشتر از خدماتی استفاده می‌کنند که به منزل یا محل کارشان نزدیک باشد. به علاوه وقتی عبارت «شرکت خدماتی» را در گوگل جستجو کنید، اولین نتایجی که

به شما نشان داده می‌شود، شرکت‌هایی هستند که به موقعیت مکانی شما نزدیک باشند. پس حتماً موقعیت مکانی‌تان را روی نقشه‌ها ثبت کنید.

۱۲. درخواست مشتری‌های ارجاعی

یکی از روش‌های مؤثر برای افزایش مشتری‌هایتان این است که درخواست معرفی مشتری‌های ارجاعی را با مشتری‌های فعلی مطرح کنید. اگر مشتری‌هایتان از خدماتی که ارائه کرده‌اید رضایت داشته باشند، تمایل دارند که شرکتتان را به دوستان و آشنایان خود نیز معرفی کنند. کافی است از آن‌ها بخواهید. [بازاریابی ارجاعی](#) یک روش فوق‌العاده برای افزایش مشتری شرکت‌های تعمیراتی است.

۱۳. آموزش دستورالعمل‌های مفید نگهداری از لوازم و دستگاه‌ها

از جمله روش‌هایی که به وسیله‌ی آن می‌توانید مشتری‌های بیشتری را به شرکت خدماتی و تعمیراتی خود جذب کنید این است که دستورالعمل‌های مفیدی را به رایگان در اختیارشان قرار دهید. انجام این کار صلاحیت بالای شما را نشان می‌دهد. مشتری‌ها به چنین شرکت‌هایی راحت‌تر اعتماد می‌کنند.

۱۴. حوزه‌ی عملکرد خود را گسترش دهید.

هر چقدر که حوزه‌ی گسترده‌تری را بتوانید پوشش دهید، افراد بیشتری برای دریافت

خدمات به سراغتان می‌آیند. به همین علت لازم است که برای جذب مشتری‌های بیشتر بر روی این موضوع تمرکز کنید و تنها به ارائه‌ی یک حوزه از خدمات بسنده نکنید. شاید بتوانید با افراد دیگری شریک شوید یا از شیوه‌های دیگری برای انجام این کار استفاده کنید.

- میزبانی رویداد:

یکی از استراتژی‌های بازاریابی که در اکثر مشاغل بازخورد خوبی دارد، میزبانی از رویدادها است. میزبان رویدادها و سمینارهایی در مورد تعمیرات و نگهداری در زمینه‌ی فعالیت خودتان شوید. این کار باعث موفقیت روابط با مشتریانانتان خواهد شد.

- در رویدادها شرکت کنید:

با حمایت مالی از رویدادهای محلی، مشارکت در امور خیریه، کمک به گروه‌های شهروندی و همچنین مدارس، به افراد جامعه‌ی خود اطلاع دهید که شرکت خدماتی و تعمیراتی شما وجود دارد. ممکن است در حال حاضر نیازی به خدمات شما نداشته باشند اما برند شما در ذهن آن‌ها ماندگار می‌شود.

- با سایر مشاغل (غیر رقیب) همکاری کنید:

یکی از تکنیک‌های جذب مشتری در شرکت‌های خدماتی بازاریابی به کمک سایر کسب‌وکارها است که به شما کمک می‌کند پایگاه مشتریانان را افزایش دهید. اینکه کارت ویزیت خودتان را به سایر فروشگاه‌ها بدهید تا شما را به مشتریان‌شان معرفی کنند، کاملاً منطقی است. با توسعه شبکه‌های اجتماعی این همکاری را در بستر صفحه‌های مجازیتان اطلاع‌رسانی کنید.

۱۵. از بانک اطلاعات مرجع استفاده کنید.

بسیاری از افراد وقتی به دنبال دستیابی به خدمات مورد نظر خود هستند به سراغ مراجع و بانک‌های اطلاعاتی می‌روند. به همین علت برای اینکه بتوانید مشتری‌های بیشتری را به سمت خود جذب کنید لازم است در این مراجع و بانک‌های اطلاعاتی حضور داشته باشید. نت تعمیر از جمله بانک‌های اطلاعات مرجع است که شرکت‌های مختلف با ثبت اطلاعات خود در آنجا می‌توانند حضور خود را به افراد بیشتری اعلام کنند و از این طریق به جذب مشتری‌های بیشتری می‌پردازد. از جمله ویژگی‌های این بانک اطلاعاتی امکان امتیازدهی آن است که باعث جلب اعتماد مشتری می‌شود.

۱۶. در دسترس باشید.

اگر امکان برقراری ارتباط به راحتی وجود نداشته باشد؛ یا اینکه مشتری‌ها با

شماره‌هایی که اعلام کرده‌اید تماس بگیرند و کسی پاسخگو نباشد، دیگر به سراغتان نمی‌آیند. به همین علت لازم است تا از روش‌های مختلفی برای پاسخگویی راحت به آن‌ها استفاده کنید. جذب مشتری شرکت‌های تعمیرات و خدمات می‌تواند از طریق کانال‌های ارتباطی مختلفی از قبیل واتساپ، دایرکت اینستا یا چت آنلاین با مشتریان باشد.

۱۷. تعهد زمانی

از جمله روش‌هایی که در افزایش مشتری‌هایتان نقش چشمگیری دارد این است که کاملاً به زمان پایبند باشید و تعهدات خود را به موقع انجام دهید. برای اینکه بتوانید مشتری‌های بیشتری را جذب کنید لازم است همیشه از ضرورت خدماتی که مشتری‌هایتان به آن نیاز دارند به خوبی آگاه باشید و سعی کنید تا در سریع‌ترین زمان ممکن خدمات مورد نیاز مشتری‌هایتان را به آن‌ها ارائه دهید. به خاطر داشته باشید که مشتری‌های رضایتمند به معرفی کسب‌وکارشان به دوستان و آشنایان خود می‌پردازند و از این طریق هم مشتری‌های بیشتری به شرکتتان جذب خواهند شد.

۱۸. قیمت‌های منصفانه

هزینه‌های خدمات در جذب مشتری‌های بیشتر بسیار اهمیت دارند. به همین علت برای اینکه بتوانید در میان رقبایان متمایز شوید لازم است تا قیمت‌هایی که ارائه می‌دهید تا حد ممکن منصفانه باشند. همچنین در اعلام هزینه باید کاملاً

شفاف عمل کنید. در صورت امکان قبل از انجام خدمات هزینه‌ی آن را برآورد و به مشتری‌هایتان اعلام کنید تا بتوانند بهتر تصمیم‌گیری کنند. اگر در اعلام هزینه‌ها عملکرد شفافی نداشته باشید، اعتماد مشتری‌های خود را از دست می‌دهید.

۱۹. خدمات رایگان جانبی

اگر در کسب و کارتان امکان ارائه‌ی خدمات رایگان وجود دارد و هزینه‌ای اضافی را بر شما تحمیل نمی‌کند، در انجام آن تردید نکنید. استفاده از این شیوه نقش مهمی در افزایش مشتری‌هایتان خواهد داشت و باعث می‌شود که آن‌ها شرکتتان را همیشه در ذهن داشته باشند و در هنگام نیاز به سراغتان بیایند.

۲۰. از گارانتی‌های فعال اطلاع پیدا کنید.

برخی از لوازم خانگی که نیاز به تعمیر دارند همچنان تحت گارانتی قرار دارند. برای اینکه سناریویی مانند آنچه در مقدمه آمد برایتان تکرار نشود لازم است که پس از انجام بازرسی اولیه دریابید که آیا دستگاه تحت گارانتی هست یا نه. ممکن است با انجام تعمیرات برخی از گارانتی‌ها ابطال شوند. بنابراین برای بهبود خدماتی که ارائه می‌دهید لازم است هنگام تصمیم‌گیری برای انجام تعمیرات از این موارد به طور دقیق اطلاع پیدا کنید. ممکن است گارانتی وجود داشته باشد اما عملاً برای مشتری‌تان هیچ فایده‌ای نداشته باشد. در چنین مواردی لازم است این موضوع را به مشتری اطلاع داده و از او اجازه بگیرید که با ارائه‌ی تعمیرات گارانتی را ابطال کنید.

به‌کارگیری چنین اقداماتی رضایت و اطمینان مشتری‌هایتان را به همراه خواهد داشت.

۲۱. هنگام تخمین زمان مورد نیاز موارد پیش‌بینی‌نشده را در نظر بگیرید.

با توجه به اینکه خدماتی که شرکت‌های تعمیراتی و خدماتی ارائه می‌دهند برای مشتری‌ها از ضرورت بالایی برخوردار است باید بتوانید پیش‌بینی دقیقی از زمان تخمینی را به آن‌ها ارائه دهید. وقتی که مشتری‌هایتان برای دریافت خدمات به شرکتتان مراجعه می‌کنند به این پیش‌بینی نیاز دارند تا بر آن اساس بتوانند بهتر برای انجام امورشان برنامه‌ریزی کنند. برای اینکه بتوانید خدمات بهتری را به آن‌ها ارائه دهید سعی کنید موارد پیش‌بینی‌نشده را در اعلام زمان تقریبی مورد نیاز در نظر بگیرید. در این صورت اگر بتوانید کار را زودتر تمام کنید می‌توانید رضایت مشتری را جلب کنید. اگر هم موارد پیش‌بینی‌نشده رخ دهد، زمانی تقریبی که به مشتری اعلام کرده‌اید افزایش نخواهد یافت و باعث ناخوشنودی او نخواهد شد.

۲۲. تخمین هزینه‌ها را بر اساس آیتم ارائه کنید.

وقتی یک تخمین کلی و تقریبی از هزینه‌ی خدمات مورد درخواست مشتری‌تان ارائه می‌دهید باید به این موضوع توجه داشته باشید که طرف مقابلتان به این موضوع از دید خودش نگاه می‌کند. بر همین اساس ممکن است در ارتباط با این خدمات

با توجه به هزینه‌های آن تصمیمات دیگری اتخاذ کند. بنابراین می‌توانید مثلاً برای ارائه‌ی خدمات بهتر در شرکت خدماتی و تعمیراتی خود برآورد هزینه را به صورت جزء به جزء اعلام کنید. به خاطر داشته باشید که این شفافیت باعث علاقه‌مندی مشتری‌ها به شرکت و خدماتی که ارائه می‌دهید، خواهد شد.

۲۳. مشتری را در جریان روند پیشرفت قرار دهید.

مشتریان را به طور مرتب در جریان پیشرفت و عملکردتان قرار دهید. در این صورت مشتری به خدماتی که ارائه می‌دهید اعتماد بیشتری می‌کند. به خاطر داشته باشید که این شیوه یکی از بهترین روش‌ها برای ایجاد رضایت در مشتری‌هایتان است. این مشتری‌های رضایتمند بیشتر احتمال دارد که به معرفی شرکتتان به دوستان و آشنایان خود بپردازند.

۲۴. راه‌حل‌های خود را توضیح دهید.

در حال حاضر بسیاری از افراد برای انجام امور مختلف به سراغ اینترنت می‌روند. در ارتباط با خدماتی که ارائه می‌دهید نیز باید این انتظار را داشته باشید که مشتریانتان پیش از مراجعه به شرکتتان ابتدا خودش دست به کار شده باشد. برای اینکه تجربه‌ی بهتری را برای آن‌ها ایجاد کنید بهتر است به وضوح راه‌حل‌تان را برایشان توضیح دهید. حتی اگر از قبل خودشان اقداماتی انجام داده‌اند، می‌توانید به آن‌ها بگویید که در کدام قسمت دچار اشتباه شده‌اند. یکی از راه‌های بهبود خدمات

مشتریان شرکت خدماتی توضیح راهکارهای مختلف در مراجع مجازی مانند وبسایت است.

۲۵. برای خدماتتان گارانتی دهید.

در صورت امکان در ارتباط با خدماتتان گارانتی بدهید. این روش راهی عالی برای نشان دادن میزان اعتمادی است که به کیفیت کارتان دارید. همین‌طور به مشتری‌هایتان اثبات می‌کنید که دارای صلاحیت کافی برای انجام خدمات مورد نظرشان هستید. به خاطر داشته باشید که ارائه‌ی گارانتی راهی مطمئن برای دعوت از بازگشت مشتری‌هایتان و استفاده از خدمات شما است.

۲۶. از قطعات اصلی و با کیفیت استفاده کنید.

از جمله اقدامات با اهمیت در ارائه‌ی تجربه‌ای بهتر به مشتری‌ها و بالا بردن کیفیت خدماتتان این است که تا حد امکان از قطعات اصلی و با کیفیت در تعمیر لوازشان استفاده کنید. همچنین در صورت ارائه‌ی خدمات نظافت لازم است از مواد شوینده‌ی با کیفیت استفاده شود. انجام این کار حس اعتماد مشتری‌ها را نسبت به کسب‌وکارتان افزایش خواهد داد.

۲۷. با مشتری‌هایتان صادق باشید.

برای اینکه خدمات بهینه‌ای را به مشتری‌هایتان ارائه دهید باید همیشه با آن‌ها

صادقانه رفتار کنید. مثلاً اگر به علت بروز مشکلاتی، زمانی که تخمین زده بودید بیشتر طول بکشد یا اینکه هزینه‌ها بیش از برآورد اولیه شود باید با آنها کاملاً شفاف برخورد کنید و این موضوع را دقیق به اطلاعشان برسانید.

۲۸. افراد مناسب را استخدام کنید.

خدماتی که شرکت تعمیراتی یا خدماتیتان ارائه می‌دهد تا حد زیادی متکی به تکنسین‌ها و پرسنل است. به همین دلیل لازم است تا افراد واجد شرایط را برای انجام امور استخدام کنید. این افراد باید مهارت‌ها و آموزش‌های لازم را برای رفع مشکلات مختلف داشته باشند. همچنین در ارتباط با نحوه برخورد حرفه‌ای و توجه به موارد امنیتی در مورد مشتری‌ها لازم است که به آنها آموزش کامل بدهید.

۲۹. قطعات و لوازم مورد نیاز را به همراه داشته باشید.

از جمله مواردی که برای ارائه‌ی خدمات مطلوب به مشتری‌هایتان باید مد نظر قرار دهید این است که همیشه مجهز به سراغشان بروید. فعالیت شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی به گونه‌ای است که در اکثر موارد باید پرسنلتان به منزل یا شرکت مشتری‌هایتان بروند. حال اگر از قبل پیش‌بینی کاملی از مشکلات احتمالی نداشته باشند و با تجهیزات لازم به آنجا نروند باعث اتلاف زمان و نارضایتی مشتری‌هایتان خواهد شد.



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 <

۳۰. مشتری‌هایتان را بشناسید.

باید خدمات خود را به افرادی ارائه کنید که به تخصص شما نیاز دارند. به همین علت ابتدا لازم است مشتری‌هایتان را به خوبی بشناسید. صحبت کردن با مشتری‌ها، اطلاع از افکار و نگرانی‌هایشان، درک نیازها و خواسته‌های مشتریان و انطباق آن با رویکردهای فروش را جدی بگیرید. به خاطر داشته باشید که ایجاد ارتباطی قوی احتمال بازگشت مشتریان به شرکتتان را افزایش خواهد داد که بر فروشتان تأثیرگذار است.

۳۱. رقبا را بشناسید.

برای موفقیت در بازار لازم است تا به خوبی رقبایتان و استراتژی‌هایی را که به کار می‌گیرند، شناسایی کنید. می‌توانید از پرسش‌های زیر کمک بگیرید:

- شرکت‌های برتر در زمینه‌ی فعالیتتان کدامند؟

- شرکت‌های برتر برای ارائه‌ی خدمات خود چگونه قیمت‌گذاری می‌کنند؟

- مشتری‌ها در ارتباط با آن‌ها چه نظری دارند؟

- برای اینکه خود را متمایز کنید چه اقداماتی می‌توانید انجام دهید؟

وقت صرف کنید و به پرسش‌های بالا به شکلی دقیق پاسخ دهید. در این صورت می‌توانید از روش‌های رقابتی که قبلاً به آن توجهی نداشتید، استفاده کنید. این پرسش‌ها مستقیماً به افزایش فروش شما کمک نمی‌کند ولی در توسعه‌ی

استراتژی‌های بازاریابی و فروشتان تأثیر زیادی دارد.

۳۲. راه حلی شخصی ارائه دهید

از جمله روش‌های مؤثر برای افزایش فروش در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی این است که راه‌حل‌های شخصی به مشتری‌هایتان ارائه دهید. برای مثال می‌توانید بر اساس نیاز مشتری‌های وفادار خود، طرح‌های خاصی را برایشان تعریف کنید. انجام این کار باعث افزایش تعامل و ایجاد ارتباط شخصی با آن‌ها می‌شود. استفاده از این شیوه همچنین حس ارزشمندی و رضایتمندی را در مشتری‌هایتان ایجاد خواهد کرد.

۳۳. سؤال بپرسید و گوش کنید.

ماهیت کار شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی به گونه‌ای است که اطلاعات مشتری‌ها نقش زیادی در رفع مشکلات به وجود آمده دارد. به خاطر داشته باشید که در اغلب اوقات مشتری‌های بالقوه ارائه‌ی اطلاعات بسیار مهم را دریغ می‌کنند تنها به این علت که از اهمیت آن آگاه نیستند. اما هر چقدر که بیشتر در مورد مشتری و خواسته‌اش بدانید بهتر می‌توانید مشکلات و نیازهایش را رفع کنید. اطلاعات بیشتر دقیقاً همراه است با فروش بیشتر شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی.

۳۴. آموزش را فراموش نکنید.

برای ارائه‌ی خدماتی مطلوب به مشتری‌هایتان از آموزش و استفاده از دوره‌های

مرتبط با حوزه‌ی فعالیت خود غافل نشوید. انجام این کار صلاحیت و اعتبار شرکتتان را افزایش خواهد داد. تکنیک‌های جدید فروش را یاد بگیرید. استفاده از این شیوه در افزایش فروشتان تأثیر قابل توجهی به همراه دارد.

۳۵. ارتباط با مشتری‌های قدیمی را حفظ کنید.

در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی ماهیت کار به گونه‌ای است که مشتری‌ها اغلب در آینده باز به خدماتتان نیاز خواهند داشت. به همین علت لازم است که ارتباطتان را با مشتری‌های قدیمی به بهترین شکل حفظ کنید تا در هنگام نیاز به خدماتتان نام شرکتتان را در ذهن داشته باشند. به خاطر داشته باشید که فروش به مشتری‌های قدیمی نسبت به مشتری‌های جدید بسیار کم‌هزینه‌تر است.

۳۶. خدمات متمایز ارائه دهید.

یکی از روش‌هایی که در افزایش فروشتان تأثیر چشمگیری دارد این است که خدماتی متمایز ارائه دهید. می‌توانید با بررسی و شناسایی بازار بر روی حوزه‌ها و خدماتی تمرکز کنید که دیگر شرکت‌ها کمتر به آن پرداخته‌اند. در صورت ورود به این حوزه‌ها با رقبای کمتری مواجه خواهید شد و در نتیجه می‌توانید بیشتر تقاضاهای بازار را از آن خود کنید. برای مثال ممکن است متوجه شوید که در حوزه‌ی تعمیرات برندی خاص از اسپلیت، شرکت‌های زیادی برای ارائه‌ی خدمات وجود ندارند. در این صورت تمرکز بر این موضوع می‌تواند فروشتان را تا حد زیادی افزایش دهد.

۳۷. از فروش مکمل استفاده کنید.

استفاده از روش فروش مکمل می‌تواند در افزایش فروشتان تأثیرگذار باشد. در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی راحت‌تر می‌توانید خدماتی را بیابید که ممکن است مشتری‌هایتان به آن نیاز داشته باشند. وقتی ارزش خود را ثابت کنید و مشتری‌های وفاداری هم داشته باشید به احتمال زیاد به پیشنهادهایی که ارائه می‌دهید پاسخ مثبت خواهند داد.

۳۸. ایجاد اعتماد

برای اینکه بتوانید فروشتان را افزایش دهید لازم است مشتری‌ها به شرکتتان اعتماد کنند. روش‌هایی را پیدا کنید که به کمک آن‌ها مشتری‌های بالقوه راحت‌تر به شرکتتان اعتماد کنند و به سراغتان بیایند. مثلاً به عنوان یک شرکت خدماتی اگر نیروهای خود را برای ارائه‌ی خدمات نظافت به منزل مشتری‌هایتان بفرستید، لازم است ابتدا آن‌ها بتوانند برای دریافت این نوع خدمات به شرکتتان اعتماد کنند.

۳۹. بازخورد بخواهید.

افزایش فروش در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی وابستگی زیادی به کیفیت خدمات دارد. برای ارائه‌ی خدماتی مطلوب به مشتری‌هایتان، بهترین مرجعی که می‌توانید از آن کمک بگیرید، خود مشتری‌ها هستند. به همین علت لازم است تا پس از پایان خدماتی که ارائه می‌دهید از آن‌ها بازخورد بخواهید و نظرشان را در مورد کیفیت

خدمات شرکتتان جویا شوید. . انجام این کار کمک می‌کند تا بهتر با نقاط قوت و ضعف شرکتتان آشنا شوید. برای اینکه مشتری‌هایتان را به اظهار نظر ترغیب کنید کافی است آن‌ها را مطمئن کنید که برای نظرات و بازخوردهایشان ارزش قائلید.

۴۰. از تعهدات خود فراتر روید.

از جمله روش‌های مؤثر در افزایش فروش در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی این است که خدماتی بیشتر از آنچه مشتری‌هایتان درخواست کرده‌اند، ارائه دهید. انجام این کار باعث می‌شود که مشتری‌هایتان دریابند فقط به کسب‌وکار خود فکر نمی‌کنید. این موضوع در ایجاد روابط بلندمدت با آن‌ها نقش قابل توجهی دارد و باعث می‌شود که در آینده نیز خریدشان را تکرار کنند. همچنین این موضوع در معرفی کسب‌وکارتان به افراد دیگر به وسیله‌ی این مشتری‌های رضایتمند تأثیر خواهد داشت. برای مثال اگر زمان مشخصی را برای ارائه‌ی خدماتی خاص در نظر گرفته‌اید ممکن است بتوانید انجام آن را زودتر از موعد به پایان برسانید.

۴۱. از برنامه‌های وفاداری مشتری استفاده کنید.

اگر بخواهید مشتری‌هایتان را به مشتری تکراری تبدیل کنید می‌توانید مشوق‌هایی را برای انجام آن به کار بگیرید. مثلاً می‌توانید از برنامه‌های تخفیفی یا خدمات بیشتر برای تشویقشان به تکرار خرید استفاده کنید.

۴۲. افراد متخصص را استخدام کنید.

از جمله اقداماتی که می‌تواند به طور مستقیم بر روی فروشتان اثر بگذارد ارائه‌ی خدمات با کیفیت بالا است. یکی از روش‌هایی که می‌توانید به بهترین شکل این کار را انجام دهید این است که افرادی را در شرکتتان استخدام کنید که صلاحیت کافی برای ارائه‌ی خدمات مطلوب و رضایت‌بخش به مشتری‌هایتان را داشته باشند.

۴۳. در کانال‌های مختلف حضور داشته باشید.

تقریباً همه از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. به همین علت برای اینکه فرصت‌های فروش را از دست ندهید لازم است در کانال‌های مختلف حضور داشته باشید. با استفاده از این شیوه مشتری‌های بالقوه و مخاطبانان به راحتی با خدماتی که ارائه می‌دهید آشنا می‌شوند و فروشتان افزایش می‌یابد.

کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مختلف فرصت‌های زیادی را در اختیار شما قرار می‌دهند تا با مشتریان هدف‌تان تعامل داشته باشید. هر کدام از این کانال‌ها نقاط قوت و ضعف خودشان را دارند. اما بعضی از آن‌ها توانسته‌اند جایگاه خاصی بین افراد یک جامعه پیدا کنند. برای مثال، اینستاگرام در ایران رشد بسیار خوبی داشته و افراد زیادی در این شبکه فعال هستند. در نتیجه می‌توانید روی این پلتفرم فعالیت‌های تبلیغاتی خوبی داشته باشید. مطمئن شوید که به طور مداوم در اینستاگرام پست می‌فرستید و همه چیز را تحت کنترل خودتان دارید. محتوایی که در اینستاگرام ارزش

دنبال کردن دارد معمولاً ویژگی‌های ساده اما خاصی را داراست. برای مثال در مورد شرکت‌های تعمیراتی و خدماتی:

- عکس و فیلم‌های با کیفیت از خدمات و محیط کاری شرکت خدماتی
- عکس از قبل و بعد یک کالایی که تعمیر شده
- توصیه‌هایی درباره‌ی نحوه نگهداری از یک کالا
- تبلیغات و تخفیفات مناسبی
- تصاویر و ویدئو از نمایشگاه‌های محلی
- نظرات مشتریان قبلی
- نکته‌هایی از موارد ایمنی

۴۴. در استخدام پرسنلتان موارد امنیتی را رعایت کنید.

از جمله مواردی که برای جلب اعتماد مشتری‌ها لازم است انجام دهید این است که اقدامات لازم را برای تضمین عملکرد پرسنلتان، به کار بگیرید. در شرکت‌های تعمیراتی و خدماتی اغلب لازم است تا افرادی را به منزل یا شرکت افراد بفرستید. از آنجا که پرسنلتان وارد حریم شخصی مشتری‌ها می‌شوند حفظ امنیت آن‌ها و اعتمادسازی از این جهت اهمیت بالایی دارد. برای مثال می‌توانید تضمین‌هایی را برای اطمینان مشتری‌هایتان ارائه دهید.

۴۵. به مشتری‌هایتان امکان انتخاب بدهید.

وقتی مشتری‌تان دستگاهی را برای تعمیر به شرکتتان می‌سپارد که نیاز به قطعه‌ی جدید دارد سعی کنید تا گزینه‌های مختلف را برای تعویض در مقابلشان قرار دهید تا بتوانند تصمیم‌گیری کنند. مشتری با توجه به شرایط و امکاناتی که دارد دست به انتخاب می‌زند. به همین علت برای ارائه‌ی خدمات مطلوب به آن‌ها و ایجاد تجربه‌ی مشتری عالی بهتر است که در چنین مواردی تصمیم‌گیری را به خودشان بسپارید.

* نکته‌ی مهم: شخصی‌سازی روابط با مشتریان

برای تعامل با مشتری‌ها وقت بگذارید. در این صورت می‌توانید مطمئن شوید که نیاز آن‌ها و تصمیم‌شان چیست. در نتیجه می‌توانید گزینه‌هایی برای انتخاب در اختیار آن‌ها بگذارید که واقعاً نیاز دارند. این کار در بهبود خدمات مشتریان شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی تأثیر بسیار زیادی دارد. برای اینکه بتوانید خدماتی شخصی‌سازی‌شده به مشتریان‌تان ارائه بدهید فقط باید:

- فقط به آن‌ها سلام نکنید، احساس خوش‌آمد به آن‌ها بدهید.
- سبک زندگی آن‌ها را بشناسید و متناسب با شخصیت آن‌ها پاسخ دهید.
- در پیغام‌های ارسالی از نام مشتری استفاده کنید.

- واقعاً به آن‌ها گوش کنید و خلاصه‌ای از نیازهای مشتری را به او منعکس کنید.
 - به آن‌ها نشان بدهید که به وضعیت‌شان توجه دارید و می‌خواهید مشکلشان را حل کنید.
 - همدلی داشته باشید و بهترین راه‌حل‌ها را به آن‌ها بدهید.
- شخصی‌سازی روابط به این روش‌هایی که نام بردیم به شما کمک می‌کند که اعتماد مشتری را جلب کنید. به علاوه ابزارهای زیادی به لطف پیشرفت تکنولوژی وجود دارد که شما را قادر می‌سازد، خدمات خود را بهبود دهید. برای مثال نرم‌افزار CRM ابزار فوق‌العاده مؤثری در این مسیر برای شما خواهد بود.

نرم‌افزار CRM چه اهمیتی برای شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی دارد؟

امروزه تکنولوژی‌های جدید می‌آیند و می‌روند. روزانه تعداد زیادی نرم‌افزار یا ویجت جدید برای فروش بهتر، کاراتر و بیشتر محصولاتتان تولید می‌شوند. از میان این نرم‌افزارها تعدادی مفید هستند و بقیه نه. اما چرا ما روی CRM تأکید داریم؟ شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی، مجموعه‌ی گسترده‌ای از فعالیت‌ها را پوشش می‌دهند. به همین علت داشتن فناوری‌های قدرتمندی چون نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM کمک می‌کند تا کارآمدتر ظاهر شوید. چند مزیت اصلی CRM را برای آشنایی بیشتر شما اینجا آورده‌ایم. برای نمونه:

- داده‌هایتان را متمرکز می‌کند. نرم‌افزار CRM تمام اطلاعاتتان را در یک مکان ذخیره می‌کند و دیگر نیاز نیست که شما به دنبال اطلاعات مورد نظرتان از بین انبوهی از داده‌ها بگردید.
- ورود اطلاعات را خودکار می‌کند. با CRM شما هرگز به ایمیل، تماس تلفنی و یا قرار ملاقات دوباره و چندباره نیاز نخواهید داشت. نرم‌افزار CRM همه‌ی این کارها را خودکار انجام می‌دهد.
- سابقه‌ی کاملی از تمامی تعاملات کسب‌وکارتان را ذخیره می‌کند. برخی از

نرم‌افزارهای CRM می‌توانند تعاملات پیش‌فروش شامل هر نقطه‌ی تماس بازاریابی موجود را حفظ کنند. اهم این کار رسیدن به فروش بیشتر در کسب‌وکارتان است.

- همه‌ی تعاملات فروش را پیگیری می‌کند. خیلی نگران نباشید که آیا برای تماس مجدد با مشتری خیلی زود است یا نه و یا اینکه اطلاعات لازم را برای مشتریانان فرستاده‌اید یا نه؟ همه‌ی این‌ها در نرم‌افزار CRM شما موجود است.
- زمان پیگیری تماس‌هایتان را برایتان یادآوری می‌کند. فعالیت‌های کسب‌وکارتان را در نرم‌افزار CRM پیگیری کنید و هنگامی که زمانش رسید به آن‌ها دست یابید.
- ارتباطات تیمی مؤثر را تسهیل می‌کند. تعدادی از نرم‌افزارهای CRM به شما اجازه می‌دهند تا اعضای تیم را برای معاملات بیشتر تگ کنید و برخی دیگر به شما امکان دستیابی مجدد به سرخ‌هایتان با یک کلیک را می‌دهد. در هر صورت، این فعالیت‌ها به صورت ایمیل برای شما ذخیره می‌شود.
- فرآیندهای کاری شما را انجام می‌دهد. نرم‌افزار CRM تعاملاتتان را با مراحل انجامشان برایتان به‌روز می‌کند و می‌تواند از ابتدای معاملات تا انتها را برایتان تسهیل کند.
- با شرکت و کسب‌وکار شما رشد می‌کند. با رشد کسب‌وکارتان نرم‌افزار CRM نیز رشد می‌کند و اطلاعات و داده‌های لازم را برای شما حفظ می‌کند.
- به شما زمان بیشتری می‌دهد. شما با وجود نرم‌افزار CRM همه‌ی زمانتان را

برای ارسال ایمیل، وارد کردن دستی اطلاعات و به یاد آوردن آن‌ها تلف نمی‌کنید. بلکه با وجود این نرم‌افزار زمان بیشتری را برای فروش بیشتر محصولاتتان در اختیار دارید.

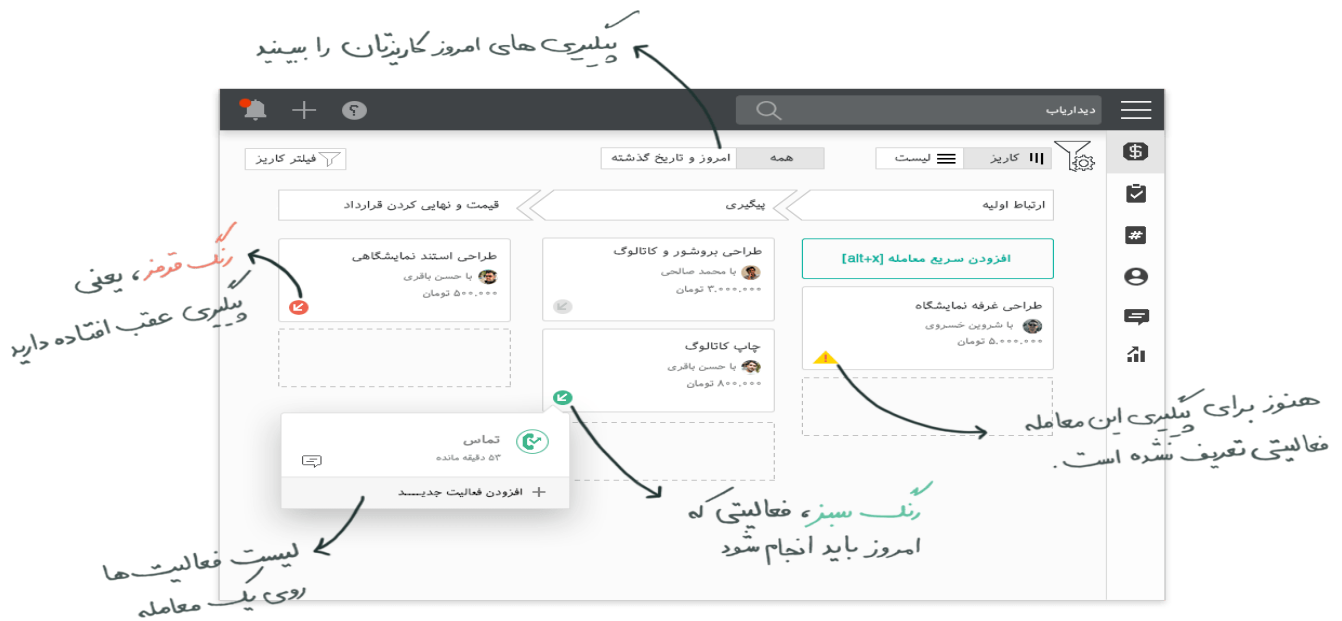
کاربردهای نرم‌افزار CRM برای شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی

نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) از جمله ابزارهای کارآمدی است که به صاحبان کسب‌وکارهای مختلف اجازه می‌دهد تا تعاملات خود را با مشتری‌های فعلی و بالقوه مدیریت کنند. با سی آر ام کارآمدتر ظاهر شوید و داده‌های ارزشمندی را از مشتری‌های مختلف جمع‌آوری کنید. به کمک امکاناتی که نرم‌افزار سی آر ام در اختیارشان قرار می‌دهد قادر خواهید بود تا علایق مشتری‌ها و ترجیحاتشان را بهتر درک کنید و خدمات خود را مطابق با خواسته‌ها و نیازهای آن‌ها تنظیم کنید. موارد زیر از جمله کاربردهایی هستند که نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری در بهبود خدمات مشتریان دارد:

- کاریز فروش خودتان را بسازید.

می‌دانید در حال حاضر چند فرصت فروش در شرکتتان وجود دارد؟ این فرصت‌ها چقدر امکان تبدیل به قرارداد دارند؟ چه زمانی فرصت‌ها تبدیل به قرارداد فروش می‌شوند؟ CRM تمام این اطلاعات را خیلی ساده در اختیارشان قرار می‌دهد تا بتوانید درک بهتری از آن داشته باشید. به کمک این سیستم می‌توانید دریابید که هرکسی

(از سرنخ‌ها گرفته تا مشتری‌های بالقوه و مشتری‌های تکراری) در چه مرحله‌ای از کاریز فروش قرار دارند؟ کدام یک از مشتری‌های بالقوه به بستن قرارداد نزدیک‌ترند؟ و یا اینکه تعداد سرنخ‌هایتان برای رسیدن به اهداف فروش شرکتتان کافی است یا نه؟



- تمام جنبه‌های مربوط به شرکتتان را مدیریت کنید.

در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی به طور معمول تیمتان به طور تمام‌وقت در یک مکان و در کنار هم حضور ندارند و اغلب به شرکت یا خانه‌ی مشتری‌هایتان مراجعه می‌کنند. به کمک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری به راحتی می‌توانید تمام امور را مدیریت کنید. چه موضوع مربوط به تسویه حساب یک مشتری باشد چه ملاقات با مشتری یا برنامه‌ریزی برای انجام امور روزانه، می‌توانید به راحتی از نرم‌افزار سی آر ام کمک بگیرید. به کمک این سیستم تمام اطلاعات مورد نیازتان

سازمان‌دهی شده، یک‌جا گردآوری می‌شوند. در نتیجه قادر هستید تا تمام جنبه‌های مختلف کسب‌وکارتان را به راحتی و حتی از راه دور برنامه‌ریزی و مدیریت کنید.

- اطلاع‌رسانی راحت از طریق موبایل

وقتی پرسنلتان را به محل کار می‌فرستید در بسیاری از مواقع ممکن است به دلایل مختلف تغییراتی در برنامه‌هایشان ایجاد شود. در این شرایط به کمک ابزارهای موجود در نرم‌افزار CRM به راحتی می‌توانید آن‌ها را در جریان آخرین اتفاقات و تغییرات قرار دهید. در این صورت احتمال تداخل در وظایف و اشتباهات ناشی از آن به کمترین حد می‌رسد.

- از نظرات و بازخوردهای مشتری‌های خود اطلاع پیدا کنید.

به کمک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری می‌توانید به راحتی از نظرات مشتری‌هایتان در ارتباط با خدماتی که ارائه داده‌اید آگاه شوید. با انجام این کار می‌توانید از نقاط قوت و ضعف خدماتتان آگاه شوید و برای رفع مشکلات احتمالی اقدام کنید. در این صورت تجربه‌ی مشتری بهتری را ارائه می‌دهید که باعث افزایش رضایتمندی مشتری‌هایتان خواهد شد.

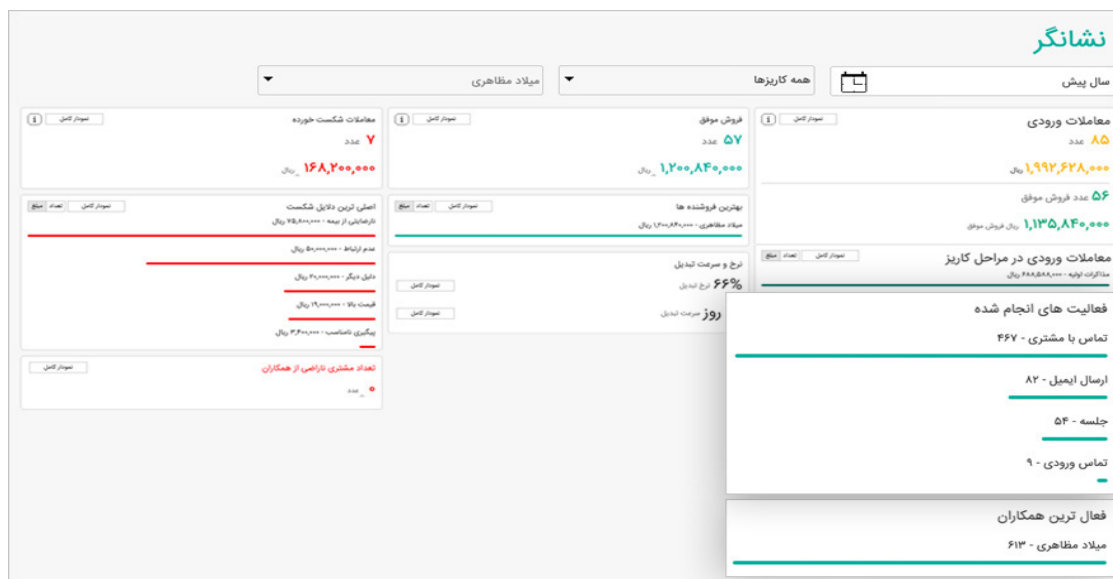
- درآمد شرکت را با دقت بیشتری پیش‌بینی کنید.

پیش‌بینی فروش در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی فرآیندی دشوار است. به ویژه زمانی که تعداد زیادی مشتری بالقوه دارید که می‌توانند به منبع درآمد تبدیل شوند؛ اما نمی‌دانید چه زمانی این اتفاق می‌افتد. وقتی همه‌ی مشتری‌ها و فرصت‌های فروش به کمک یک سیستم سی آر ام ردیابی شوند، می‌توانید دیدگاه بهتری از احتمال بسته شدن هر معامله به دست آورید. با انجام این کار قادر هستید که دقیق‌تر وضعیت درآمد شرکتتان را در آینده پیش‌بینی کنید. با استفاده از امکاناتی که سیستم سی آر ام در اختیارتان قرار می‌دهد می‌توانید هوشمندانه‌تر تصمیم بگیرید. برای مثال درمی‌یابید که چه هنگامی بهترین زمان برای تأمین موجودی قطعات انبار است تا کسب‌وکارتان دچار مشکل نشود.

- از داده‌های دقیق برای انجام فرآیند فروش خود استفاده کنید.

با استفاده از نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری می‌توانید بینش دقیقی را در ارتباط با فرآیند فروش خود به دست آورید. در این سیستم تمام داده‌های فروش در یک مکان ذخیره می‌شوند. به همین علت ممکن است در آن‌ها متوجه الگوهایی شوید که قبلاً هرگز درک نکرده بودید. به کمک این سیستم می‌بینید که هر فرصت فروش در کاریز فروش در چه جایی قرار دارد. در نتیجه می‌توانید مخاطبین جدید و سرنخ‌ها را شناسایی کنید و تخمین‌های دقیقی از وضعیت کسب‌وکارتان داشته

باشید. علاوه بر این به کمک این سیستم به راحتی شاخص‌های مهم مربوط به فروش و همچنین داده‌های مربوط به مشتری‌های ویژه را به راحتی ردیابی می‌کنید. با بررسی دقیق این معیارها می‌توانید تاکتیک‌های فروش خود را به بهترین شکل برنامه‌ریزی کنید تا معاملات بیشتری را در زمان کمتر ببندید و سوددهی شرکتتان را افزایش دهید.



- روش‌هایی را برای به حداکثر رساندن درآمد خود بیابید.

نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری کمک می‌کند تا هم درک بهتری از فرآیند فروش خود داشته باشید و هم راه‌های جدیدی برای بهینه‌سازی درآمد پیدا کنید. از آنجا که نرم‌افزار CRM دید جامعی از کاریز فروشتان ارائه می‌دهد، بهتر درمی‌یابید که فرصت‌های استفاده‌نشده، چه جاهایی وجود دارد. برای مثال به کمک اطلاعاتی که از مشتری‌ها و مشتری‌های بالقوه به کمک این سیستم به دست می‌آورید ممکن است دریابید که امکان فروش متقابل یا بیش‌فروشی به کدام یک از آن‌ها بیشتر

است. در نتیجه می‌توانید در موقعیت‌های احتمالی بر روی این موارد بیشتر تمرکز کنید تا درآمدها را از این طریق افزایش دهید.

- درک بهتری از مشتری‌هایتان داشته باشید.

به کمک نرم‌افزار CRM می‌توانید اطلاعات دقیق و کاملی از مشتری‌هایتان یکجا داشته باشید. این اطلاعات کمک می‌کنند تا درک بهتری از رفتار مشتری و ترجیحاتش در استفاده از خدماتتان داشته باشید. بر این اساس می‌توانید بهتر به نیازها و خواسته‌هایشان پاسخ دهید. همچنین به کمک داده‌های موجود در سیستم سی آر ام می‌توانید برنامه‌هایی را برای مشتری‌های تکراری و وفادار خود ارائه دهید تا به خریدشان ادامه دهند.

- هوشمندانه‌تر تصمیم‌گیری کنید.

یکی از کاربردهای CRM در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی این است که شاخص‌های کلیدی عملکردهای کسب‌وکارشان را در کوتاه‌ترین زمان ردیابی می‌کند. این اطلاعات از این جهت اهمیت دارند که می‌توانید از آنها برای بهبود عملکردهای تجاری خود بهره بگیرید. برای مثال چند درخواست به سفارش تبدیل شده‌اند، کدام یک از اعضای تیم بازدهی بیشتری داشته یا اینکه منبع اصلی درآمد شرکتتان چیست؟ با اطلاع از این داده‌ها می‌توانید بهترین اقدامات را به کار بگیرید.

- پیگیری هیچ یک از سرخ‌ها را فراموش نکنید.

در شرکت‌های خدماتی و تعمیراتی رقابت بالایی وجود دارد. بنابراین پیگیری هر یک از فرصت‌های فروش از اهمیت بالایی برخوردار است. با انجام این کار می‌توانید مشتری‌های جدید بیشتری را جذب کنید. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده ۸۰ درصد از سرخ‌ها به ۵ بار پیگیری نیاز دارند تا تبدیل به قرارداد شوند. این نکته قابل توجه است که تنها ۸ درصد از فروشندگان این پیگیری را انجام می‌دهند. اما به کمک نرم‌افزار CRM و ابزارهای موجود در آن هیچ یک از فرصت‌های فروش را از دست نخواهید داد.

- عملکرد بهتر در اقدامات بازاریابی

حتی اگر درآمد بالایی از فروش و خدماتتان داشته باشید، باید بودجه‌ی بازاریابی شرکتتان را به بهترین شکل استفاده شود. به کمک سیستم سی آر ام داده‌های زیادی را از مشتری‌هایتان دخیره می‌کنید. این اطلاعات در شناسایی مواردی مانند بهترین زمان برای دستیابی به فروش و سودآورترین مشتری‌ها به کمکتان می‌آیند. این داده‌های ارزشمند کمک می‌کنند تا دریابید بودجه‌ی بازاریابی خود را بیشتر بر روی چه افرادی هزینه کنید و چه زمانی به تبلیغات بپردازید تا بیشترین بازده را از اقدامات بازاریابیتان به دست آورید.

- اطلاعات به شکل امن در دسترس اعضای تیم قرار می‌گیرد.

به کمک نرم‌افزار CRM علاوه بر اینکه داده‌های ارزشمندتان به شکل امن ذخیره‌سازی شده‌اند و امکان حذف و سرقت داده وجود ندارد، می‌توانید میزان دسترسی کارمندان را مشخص کنید. بنابراین تکنسین‌هایتان می‌توانند در هر جایی که هستند به این اطلاعات دسترسی داشته باشند.

★★★★★
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