

رازهای فروش بیشتر در خرده‌فروشی‌ها

۴۷ تکنیک موثر

برای کسب‌وکارهای B2C



رازهای فروش بیشتر در خرده‌فروشی‌ها	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختاری‌پور	صفحه‌آرا
زمستان سال ۱۴۰۱	زمان انتشار
ابریدازش 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 فروش بیشتر در خرده‌فروشی‌ها» روی لینک زیر کلیک کنید.

لینک دریافت این کتاب از سایت دیدار

مقدمه

در حال حاضر با توجه به رقابت تنگاتنگی که میان خرده‌فروشی‌ها وجود دارد، استفاده از روش‌هایی برای موفقیت در این عرصه ضروری است. بیشتر کسب‌وکارهای فعال در حوزه خرده‌فروشی، اغلب خدمات مشتریان را جدی نمی‌گیرند و فکر می‌کنند ارائه‌ی اجناس عالی و باکیفیت برای موفقیت کفایت می‌کند. اما بر اساس بررسی‌های انجام‌شده ۷۳ درصد از مشتری‌ها به دلیل برخورد مثبت کارکنان یک فروشگاه به یک برند وفادار می‌مانند و ۵۲ درصد از مردم پس از تجربه‌ای مثبت، بیشتر خرید می‌کنند.

به همین علت تمرکز بر روش‌های جدید برای جذب مشتری‌های بیشتر از جمله عوامل مؤثر در موفقیت صاحبان این نوع کسب‌وکارها است. می‌توانید از تکنیک‌های این کتاب برای افزایش و جذب مشتری استفاده کنید. در نتیجه می‌توانید روی افزایش فروشتان حساب کنید.

در این کتاب ۴۷ تکنیک افزایش فروش، جذب مشتری و بهبود خدمات برای خرده‌فروشی‌ها، آورده شده است.



۱. کاری کنید که مشتری‌ها در فروشگاهتان احساس امنیت کنند .

در دوران همه‌گیری کرونا یکی از بهترین اقداماتی که می‌توانید برای افزایش فروشتان انجام دهید ایجاد اعتماد در مشتری‌هایتان است. در حال حاضر بسیاری از مشتری‌ها نگران سلامت و ایمنی خود هستند. برای جلب نظر آن‌ها، اقدامات بهداشتی و ایمنی خود را به‌کار بگیرید. تمام اقداماتی را که در محیط فروشگاهتان انجام می‌دهید توضیح دهید و از کانال‌های مختلف برای اطلاع‌رسانی این موضوع استفاده کنید.

۲. طراحی جذاب فروشگاه

مردم عاشق طراحی و دکوراسیون زیبا هستند و ناخودآگاه جذب چنین مکان‌هایی می‌شوند. به همین علت برای افزایش فروش کسب‌وکار خرده‌فروشی باید به این

موضوع توجه کنید. می‌توانید از طراحان داخلی کمک بگیرید و از عناصر بصری جذاب استفاده کنید. یک طراحی مؤثر باعث افزایش فروش ۴۰ درصدی می‌شود. این موضوع به ویژه به نورپردازی فروشگاه‌ها مربوط می‌شود. نورپردازی احساس مشتری‌ها را خودآگاه و ناخودآگاه شکل می‌دهد و بر تجربه‌ی کلی مشتری تأثیر می‌گذارد. مثلاً طراحی و نورپردازی فروشگاه صنایع دستی آقاجانی را ببینید. دوست ندارید خریدی از آن انجام دهید!؟

۳. در ارتباط با اهداف فروش خود هوشمندانه عمل کنید.

یکی از اقدامات کلیدی برای افزایش فروش در خرده‌فروشی‌ها تعیین اهداف فروش است. باید اهدافی چالش‌برانگیز اما قابل دستیابی داشته باشید. بر این اساس این هدف باید حداقل تا ۷۰ درصد قابل تحقق باشد. در غیر این صورت غیرواقع‌بینانه تعیین شده است و خطر بی‌انگیزگی کارکنانتان را به همراه دارد. از طرف دیگر اگر اهدافتان تا ۹۰ درصد قابل دستیابی باشند هم نمی‌توانند برای کارکنانتان چالش‌برانگیز باشد.

۴. چیدمان فروشگاه

اگر می‌خواهید فروش بالایی داشته باشید، از برند تاجپوینت‌ها غافل نشوید. فروشگاه را از نظر نور، نمایش و رنگ بررسی کنید. می‌دانستید که در محیط خرده‌فروشی‌ها ۹۰ درصد از مشتری‌ها هنگام ورود به فروشگاه ناخودآگاه به سمت راست می‌چرخند.

بنابراین این بخش بیشترین تأثیر را در اولین برداشت آن‌ها خواهد داشت. همچنین نکته‌ی دیگری که باید به خاطر داشته باشید این است که یک مسیر کلی در فروشگاه برای بازدید از همه‌ی محصولات وجود داشته باشد تا مشتری‌ها بتوانند محصولات را بهتر مشاهده کنند و شانس خرید افزایش یابد. یکی از استراتژی‌های فروش در خرده‌فروشی‌ها توجه به جزئیات چیدمان قفسه‌ها است که تأثیر زیادی در جلب توجه مشتریان دارد.

۵. تخفیف‌های مناسبی

ارائه‌ی پیشنهادات و تخفیف‌های مختلف همیشه باعث افزایش فروش می‌شود. به راحتی می‌توان با احساس فوریتی که در پیشنهادهای زمان محدود وجود دارد، مشتری‌هایتان را به خرید تشویق کنید. با برقراری ارتباط با مشتری‌ها و ارسال پیام می‌توانید آن‌ها را از برنامه‌ی تخفیف‌ها و رویدادهای دیگری که ممکن است به آن علاقه‌مند باشند مطلع کنید. تا به حال فکر کرده‌اید که چرا اغلب برای برنامه‌های فروش و تخفیف از رنگ قرمز استفاده می‌شود؟ بر اساس بررسی‌های انجام‌شده مردم با دیدن رنگ قرمز سریع‌تر واکنش نشان می‌دهند، زیرا این رنگ در ذهنمان به عنوان نشانه‌ی خطر برنامه‌ریزی شده است. به همین دلیل خرده‌فروشان از این رنگ برای جلب توجه مشتری‌ها و ترغیبشان به خرید استفاده می‌کنند. می‌توانید با اضافه کردن فوریت به پیشنهادات خود فروش را تا ۳۳۲ درصد افزایش دهید.

۶. مشتری‌هایتان را دوست بدارید.

برای اینکه بتوانید فروشتان را افزایش دهید لازم است کاری کنید تا مشتری‌هایتان احساس ارزشمندی کنند. این مشتری‌ها در نهایت به برند شما وفادار می‌شوند. تمرکز بر روی جذاب‌تر کردن برنامه‌های وفاداری مشتری از جمله روش‌های کلیدی برای ترغیب مشتری‌های تکراری به خرید است. به خاطر داشته باشید که ایجاد ارتباط با مشتری‌ها و ارائه‌ی خدمات عالی به آن‌ها باید در اولویت اقداماتتان باشد. با استفاده از این شیوه در نهایت افراد بیشتری از طریق تبلیغات دهان‌به‌دهان مثبت مشتری‌های وفادار، به سراغتان می‌آیند که این موضوع باعث بالاتر رفتن فروشتان خواهد شد.

۷. کارکنان عالی استخدام کنید.

اگر به دنبال افزایش فروش خود هستید باید اول روی فروشندگانتان سرمایه‌گذاری کنید. این افراد باید علاقه داشته باشند در فروشگاهتان کار کنند. افراد مشتاق تجربه‌ی مشتری عالی ارائه می‌دهند. به همین علت برای افزایش فروش باید بر روی این موضوع توجه کافی داشته باشید.

۸. مسئولیت اجتماعی

اگرچه مسئولیت اجتماعی عامل اصلی در افزایش فروش در خرده‌فروشی‌ها عنوان

نمی‌شود، اما بر اساس بررسی‌های انجام‌شده مصرف‌کنندگان امروز بیشتر تمایل دارند از فروشگاه‌هایی خرید کنند که نسبت به مسائل جامعه بی‌تفاوت نیستند. به همین علت مسئولیت‌پذیری نه تنها به نفع جامعه است بلکه می‌توانید به کمک آن فروشتان را نیز افزایش دهید. برای مثال ممکن است بخشی از فروش خود را به امور خیریه اختصاص دهید. یا برای کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی کمتر از پلاستیک استفاده کنید و مواد و محصولات دوست‌دار طبیعت را جایگزین کنید.

۹. مشتری‌هایتان را منتظر نگذارید.

اگر مشتری‌هایتان مجبور شوند در صف‌های طولانی منتظر پرداخت هزینه‌ی محصولات انتخابی‌شان بمانند ممکن است به راحتی از خرید منصرف شوند و هیچ خریدی انجام ندهد. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده بسیاری از افراد فقط حدود ۶ تا ۸ دقیقه در فروشگاه منتظر می‌مانند و اگر نوبتشان نشود بدون هیچ خریدی آنجا را ترک می‌کنند. به همین علت لازم است برای جلوگیری از منتظر ماندن مشتری‌هایتان، پرسنل کافی داشته باشید. همچنین با بررسی میزان فروش در زمان‌های مختلف، فصل‌ها و ساعت‌های پرازدحام را شناسایی کنید تا بتوانید در ارتباط با این موضوع بهتر برنامه‌ریزی کنید.

۱۰. میزان عرضه را با تقاضا هماهنگ کنید.

یکی از راه‌کارهای افزایش فروش آن است که همیشه باید از موجودی انبارتان

اطلاعات داشته باشید. چقدر فروخته‌اید؟ چقدر مانده؟ کدام محصول بیشتر فروخته؟! در هر فروشگاه‌های برخی از محصولات فروش بالاتری دارند. به همین علت لازم است در زمان مناسب به مقدار کافی از آن محصولات ذخیره کنید. با ردیابی معیارهای کلیدی مانند میزان فروش و درخواست محصول می‌توانید میزان جذابیت محصول برای مشتریان را مشخص کنید. بهترین ابزار برای انجام این کار نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری است.

۱۱. در کانال‌های مختلف حضور داشته باشید.

از جمله اقداماتی که به بالا رفتن فروشتان کمک می‌کند این است که در کانال‌های مختلفی حضور داشته باشید تا افراد بیشتری بتوانند در مورد برندتان آگاهی پیدا کنند. ممکن است مشتری‌های بالقوه از کانال‌های مختلفی استفاده کنند و شما با حضور در آنجا فرصت‌های فروش بیشتری را به دست خواهید آورد. در اینستاگرام، واتس‌آپ، توئیتر، تلگرام و غیره حساب کاربری ایجاد کنید.

۱۲. مشتری محور باشید.

در حال حاضر بسیاری از کسب‌وکارها ادعای مشتری‌محوری دارند. اما باید توجه داشت که معنای واقعی آن درک واقعی مشتری‌ها و لحاظ کردنشان به عنوان مرجعی برای ایده‌پردازی و ابتکارات است. به همین علت قبل از توجه به قیمت یا محصول باید بر روی مشتری حساسیت داشته باشید. اگر آن‌ها هنگام ورود به فروشگاهتان

حسی عالی داشته باشند، به احتمال زیاد بخواهند گشت. در قدم اول لازم است تا با آن‌ها ارتباط برقرار کنید. هر چه بیشتر از آن‌ها بدانید بهتر نیازهایشان را شناسایی می‌کنید و می‌توانید در رفعشان اقدام کنید. در نتیجه می‌توانید مطمئن شوید که گامی اساسی در مسیر افزایش فروشتان برداشته‌اید.

کارلوس کاستلان، مدیر عامل شرکت مشاوره خرده‌فروشی The Navio Group، نیز بر اهمیت داشتن یک تجربه‌ی عالی در فروشگاه تأکید می‌کند. او در جایی گفته:

«مشتریان آرزوی تجربه‌های منحصربه‌فرد، خلاقانه و به‌یادماندنی در فروشگاه را دارند.»

مردم به فروشگاه‌های معمولی عادت کرده‌اند. محصولات، فروشندگان و صندوق فروشی وجود دارد که خسته‌کننده است.

شرکت‌هایی مانند Glossier و Casper در قالب فروشگاه‌های جدید پیشگام شده‌اند که نام آن را خرده‌فروشی تجربی گذاشتند.

به طور خلاصه، هدف خرده‌فروشی تجربی چیزی بیش از فروش محصول است و بر تجربه‌ای چند بعدی تمرکز دارد.

چگونه به آن دست می‌یابند؟ با دموهای تعاملی محصول و فعالیت‌های سرگرم‌کننده که مربوط به محصولات است که می‌فروشند.

برای مثال، فروشگاه کاسپر در نیویورک دارای اتاقک‌های چرت است که افراد می‌توانند آن‌ها را برای یک چرت ۳۰ دقیقه‌ای اجاره کنند. این اتاق‌های کوچک

مجهز به تشک، ملحفه و بالش کاسپر، همراه با حمام هستند تا حتی بعد از چرت بتوانید دوش بگیرید و شاداب شوید. اگر مردم از چرت زدن خود لذت بردند، درک آن‌ها از محصولات کاسپر مثبت است و احتمال اینکه محصولات کاسپر را بخرند بیشتر می‌شود.

۱۳. از روش‌های بیش‌فروشی و فروش متقابل استفاده کنید.

یکی از بهترین روش‌ها برای افزایش فروش در خرده‌فروشی‌ها این است که از روش‌های بیش‌فروشی و فروش مکمل استفاده کنید. مهم است که بتوانید محصولاتی مرتبط با محصول مورد درخواست مشتریان را پیشنهاد کنید تا به خرید آن تشویق شوند.



۱۴. از بازگشت محصول به نفع خودتان استفاده کنید.

تکنیک‌های بازاریابی خرده‌فروشی‌ها بر تبدیل تهدید به فرصت تکیه دارد. ممکن است در برخی از خرده‌فروشی‌ها امکان ارجاع محصول وجود نداشته باشد. اما تصور می‌شود که بازگشت محصول معنای بدی دارد و نشان نارضایتی مشتری‌ها است. اما اگر به درستی با مشتری‌هایتان رفتار کنید می‌توانید این تجربه‌ی ناخوشایند را به فروش یا فرصت تبدیل کنید. به همین دلیل لازم است تا با هر بازگشت مانند یک فروش رفتار کنید. وقتی هنگام ارجاع کالا هم با لبخند و برخورد مناسب با مشتری رفتار کنید، او احساس ارزشمندی می‌کند و این حس باعث وفاداری مشتری‌ها خواهد شد. به کارکنان آموزش دهید و از آن‌ها بخواهید فرآیند بازگشت را سریع و بدون دشواری انجام دهند.

۱۵. وبسایت قوی داشته باشید.

وبسایت فروشگاه مهم‌ترین ابزار بازاریابی برای خرده‌فروشی‌ها است. در این وبسایت می‌توانید محصولاتتان را معرفی کنید تا افراد بیشتری را به فروشگاهتان جذب کنید. سعی کنید محصولات جدیدی را با رنگ‌های متمایز و شاخص‌های بصری برجسته کنید تا توجه افراد را بیشتر به خود جلب کند. اطلاعات تماس را خوانا در دیدرس قرار دهید تا مشتری‌های بالقوه به راحتی بتوانند آن را بیابند.

۱۶. در بانک اطلاعات مرجع ثبت‌نام کنید.

تقریباً ۸۰ درصد از مصرف‌کنندگان فرآیند خرید را از دستگاه تلفن همراه خود شروع می‌کنند. به همین علت لازم است تا مراجعی را که مشتری‌ها به آن مراجعه می‌کنند، شناسایی کرده و اطلاعات دقیق و کامل و به‌روزشده‌ای از کسب‌وکارشان در آن وارد کنید. در این صورت مشتری‌های بالقوه می‌توانند به راحتی پاسخ پرسش‌هایشان را بیابند و در ارتباط با محصولات مورد نیازشان از فروشگاهتان اطلاعات لازم را به دست آوردند. ۸۹ درصد از مشتری‌های بالقوه تمایل دارند تا برای برقراری ارتباط با کسب‌وکارهای مختلف از روش ارسال پیام استفاده کنند که این موضوع خرده‌فروشی را نیز در بر می‌گیرد. وقتی مشتری‌ها ببینند که از اولین جستجویشان اولویت‌های ارتباطی را برآورده می‌کنید، به احتمال زیاد وارد کاریز فروش می‌شوند. پس به بهترین شکل از این موضوع بهره بگیرید. مثلاً می‌توانید در بانک اطلاعات اصناف و مشاغل ایران

ثبت‌نام کنید.

۱۷. از مشتری‌ها بازخورد بخواهید.

یکی از تکنیک‌های کاربردی افزایش مشتری در خرده‌فروشی‌ها ثبت نظرات مشتریان و انتشار آن‌هاست. ۸۲ درصد از مشتری‌ها قبل از اقدام به خرید، نظرات افراد را بررسی می‌کنند. مشتری‌ها قبل از اینکه به یک کسب‌وکار اعتماد کنند به طور متوسط ۱۰ نظر را مطالعه می‌کنند. این بررسی‌ها کمک می‌کنند تا مشتری‌ها بالقوه بهتر به فروشگاهتان اعتماد کنند. اگر از مشتری‌هایتان آرائه‌ی نظراتشان را درخواست کنید، ۷۶ درصد از آن‌ها تمایل به انجام این کار دارند. بهتر است دریابید که مشتری‌ها در کدام پلتفرم بیشتر تمایل به اعلام نظر دارند و بیشتر بر روی آن تمرکز کنید. برای مثال، فروشگاه خانومی از نظرات و بازخوردهای مشتری‌های خود برای افزایش مشتری‌هایش استفاده کرده است.

۱۸. در شبکه‌های اجتماعی با مشتری‌ها ارتباط برقرار کنید.

از کل زمانی که افراد به طور متوسط در روز در تلفن همراه خود وقت می‌گذارند، تقریباً دو ساعت و نیم آن در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرد. به همین علت پیاده‌سازی استراتژی‌هایی در رسانه‌های اجتماعی برای خرده‌فروشی‌تان، کانال‌های بیشتری را در اختیار مشتری‌ها و مشتری‌های بالقوه‌تان قرار می‌دهد تا با برندتان ارتباط برقرار کنند. وقتی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنید می‌توانید اطلاعاتی را در ارتباط با

ساعات کاری، تخفیف‌های فصلی و نظرات افراد به‌کار بگیرید. به خاطر داشته باشید که بازاریابی محتوا در شبکه‌های اجتماعی نقش چشمگیری بر افزایش مشتری در خرده‌فروشی‌ها خواهد داشت:

- سرخ‌های ایجاد شده در این روش، ۳ برابر بیشتر از بازاریابی سنتی است.
- هزینه‌ی این شیوه ۶۲ درصد کمتر از روش سنتی است.
- از هر ۱۰ مصرف‌کننده ۹ نفر از برندی که در رسانه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند، خرید انجام می‌دهند.
- ۵۵ درصد از مصرف‌کنندگان وقتی محصولی را در شبکه‌های اجتماعی ببینند، خریداری می‌کنند.
- ۷۱ درصد از مصرف‌کنندگان به ارجاعات انجام‌شده در شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند و از آن‌ها خرید می‌کنند.

۱۹. تجربیات بهتری به مشتری‌هایتان ارائه دهید.

با توجه به تغییرات به وجود آمده در کسب‌وکارهای مختلف و به ویژه خرده‌فروشی‌ها، لازم است تا از روش‌های تازه‌ای برای جذب مشتری‌ها به فروشگاهتان استفاده کنید. برای مثال می‌توانید تجربه‌ی حضور در فروشگاه را با چت ویدئویی جایگزین کنید تا مشتری‌ها بتوانند از خانه همان روند را تجربه کنند و در دفعات بعد هم مایل به تکرارش باشند. همچنین در فروشگاهتان می‌توانید در ارتباط با زمان‌هایی که

خلوت‌تر است به مشتری‌ها اطلاع‌رسانی کنید تا آن‌ها بتوانند بدون نگرانی به سراغتان بیایند. استفاده از این شیوه‌ها باعث بازگشت مشتری و همچنین معرفی مشتری‌های ارجاعی می‌شود. روش‌هایی که به نظر خودتان در یک کسب‌وکار b2c در صنعت شما احتمالاً بیشتر بازخورد می‌گیرد و تجربه‌ی بهتری برای مشتری ایجاد می‌کند را بیابید و بدون معطی به کار بگیرید.

۲۰. تبلیغات

صرف نظر از همه‌ی استراتژی‌هایی که برای افزایش مشتری در خرده‌فروشی‌تان استفاده می‌کنید، باید به خاطر داشته باشید که تبلیغات همچنان جزو مؤثرترین روش‌ها برای جذب افراد به فروشگاه‌تان است. فرقی ندارد که از روش تبلیغات کلیکی یا شیوه‌های دیگر استفاده کنید. برای انجام این کار لازم است جمعیت‌شناسی مد نظرتان شامل سن، جنسیت، مکان و مواردی از این قبیل را هدف قرار دهید و تبلیغاتتان را بر اساس آن‌ها تنظیم کنید.

۲۱. وبلاگ ایجاد کنید.

از جمله استراتژی‌هایی که برای جذب بیشتر در خرده‌فروشی‌ها مؤثر است، ایجاد وبلاگ قوی است. کسب‌وکارهایی که از وبلاگ‌نویسی استفاده می‌کنند، تا ۷۸ درصد نرخ اعتماد مشتری بالاتری دارند. وبلاگ‌نویسی می‌تواند روشی عالی برای به‌اشتراک‌گذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی باشد. با استفاده از این شیوه

می‌توانید نظر مخاطبان و مشتری‌های بالقوه را به فروشگاهتان جلب کنید. فراموش نکنید که در وبلاگ خود از بهینه‌سازی موتور جستجو استفاده کنید. با انجام این کار افراد راحت‌تر می‌توانند فروشگاهتان را بیابند و بهتر دیده می‌شوید.

فروشگاه جانبی در وبلاگ خود مطالب مفیدی را در اختیار مخاطبان خود قرار داده است تا از این طریق بتواند مشتری‌های بیشتری را جذب کند.

به عنوان صاحب کسب‌وکاری کوچک، داستان برند همان چیزی است که شما را از دیگران متمایز می‌کند و به مشتریان بینش بیشتری نسبت به شما و کارتان می‌دهد. هنگامی که مشتریان بیشتر درباره‌ی شما و داستان شروع کار یا وقایع پیش‌آمده بدانند، ارتباط عاطفی با کسب‌وکار شما برقرار می‌کنند. در نتیجه تمایل بیشتری به خرید خواهند داشت. داستان خود را در صفحه‌ی «درباره‌ی ما» در وبسایت خود یا در متن‌های جانبی بازاریابی مانند کارت پستال، بروشور یا متن آگهی‌های خود قرار دهید.

۲۲. با فصول و فرهنگ عمومی مردم همراه باشید.

هیچ چیز بیش از یک فروشگاه قدیمی و به دور از عناصر فرهنگی روز، مردم را از خود دور نمی‌کند. به همین علت اگر به دنبال افزایش مشتری‌هایتان هستید لازم است به‌روز باشید. همیشه باید به افراد دلایل جدیدی ارائه دهید تا از فروشگاهتان بازدید کنند. می‌توانید این کار را با ترکیب عناصر مد روز و فصلی در ویتترین خود

انجام دهید. همچنین در فصول مختلف مانند بازگشایی مدارس یا عید نوروز از تم‌های مرتبط استفاده کنید. خلاصه که برای جذب مشتری در خرده‌فروشی‌ها باید فرهنگ مشتریان و بازاریان را بشناسید.

۲۳. از محتوای ویدئویی استفاده کنید.

استفاده از محتوای ویدئویی یکی از بهترین روش‌های جذب مشتری‌های بیشتر است. با همه‌گیری کرونا بسیاری از افراد مجبور شدند خریدهایشان را آنلاین و از راه دور انجام دهند. به همین دلیل در فروشگاه خود باید تجربه‌ای را ارائه دهید که خریداران بتوانند محصولاتتان را لمس و احساس کنند. به کمک محتوا و بازاریابی ویدئویی می‌توانید بهتر این تجربه را ارائه دهید. این شیوه به ویژه در فروشگاه‌های پوشاکی می‌تواند کاملاً مؤثر باشد.

۲۴. از اینفلوئنسرها کمک بگیرید.

در حال حاضر بسیاری از افراد بیشتر تمایل دارند تا به توصیه‌های منابعی که می‌شناسند عمل کنند. به همین علت است که [اینفلوئنسر مارکتینگ](#) باعث افزایش آگاهی از برند و ایجاد ترافیک و در نهایت افزایش مشتری‌هایتان خواهد شد.

۲۵. از علائم چشمگیر استفاده کنید.

اگر خرده‌فروشی‌تان در مکانی شلوغ و پرازدحام واقع شده یا مردم برای تماشای

ویتترین فروشگاهتان توقف نمی‌کنند لازم است تا از روش‌های دیگری برای جلب توجهشان استفاده کنید. مثلاً می‌توانید از تابلوها و علائم و رنگ‌هایی استفاده کنید که نظر افراد را به خود جلب کند.

۲۶. از تبلیغات پیامکی استفاده کنید.

برای اینکه بتوانید مشتری‌های بیشتری را به فروشگاهتان جذب کنید می‌توانید از تبلیغات پیامکی کمک بگیرید. این شیوه ساده‌ترین راه برای انتقال پیام است. بررسی‌ها نشان داده که ۹۹ درصد پیامک‌ها خوانده می‌شوند.

۲۷. بازاریابی ارجاعی

برای جذب مشتری‌های بیشتر می‌توانید از [کمپین‌های بازاریابی ارجاعی](#) کمک بگیرید. ایده‌ی اصلی در این روش این است که نوعی انگیزه را در مشتری‌های رضایتمند خود فراهم کنید تا دوستان و آشنایان خود را به فروشگاه شما بیاورند. برای مثال می‌توانید برای معرفی مشتری‌های ارجاعی تخفیفاتی را در نظر بگیرید.

۲۸. امکان تست محصول

در بسیاری از خرده‌فروشی‌ها پیش از خرید محصول، امکان امتحان کردن آن وجود دارد. انجام این کار به مشتری دلیلی ارائه می‌دهد که چرا باید آن محصول را خریداری کنند. یکی از تکنیک‌های بازاریابی خرده‌فروشی‌ها لمس محصول توسط مشتری

است، البته این امکان تنها در برخی از خرده‌فروشی‌ها مانند برخی از لوازم آرایشی، عطر و ادکلن یا بعضی از مواد خوراکی وجود دارد. برای اینکه بتوانید مشتری‌ها را به داخل فروشگاهتان جذب کنید لازم است امکان تست را به اطلاعشان برسانید.

۲۹. از مشتری‌هایتان مراقبت کنید.

یکی دیگر از اقداماتی که کمک می‌کند تا مشتری‌های زیادی را به سمت خود جذب کنید مراقبت از مشتری‌های فعلی است. به خاطر داشته باشید که هیچ تبلیغاتی بهتر از مشتری‌های رضایتمند نیست. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده ۴۵ درصد از مشتری‌ها اگر به‌سرعت به نگرانی‌ها و سؤالاتشان پاسخ داده نشود، خرید آنلاین را ادامه نمی‌دهند. این آمار نشان می‌دهد که اگر می‌خواهید مشتری جذب کنید باید به تمام نظرات و سؤالات آن‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن رسیدگی کنید. بر اساس تحقیقات انجام‌شده ۷۰ درصد از تجربه‌های خرید بر اساس احساس مشتری از نحوه‌ی برخورد با آن‌ها هنگام خرید است. به همین علت باید به این موضوع توجه داشته باشید که تجربه‌ی مشتری، بیش از محصول یا تبلیغات اهمیت دارد. همچنین به خاطر داشته باشید که مردم برای به اشتراک گذاشتن برداشت‌های منفی دو برابر بیشتر اشتیاق دارند. برای جبران یک تجربه‌ی منفی ۱۲ تجربه‌ی مشتری مثبت لازم است. به همین علت لازم است که تا حد امکان همه‌ی مشتری‌ها هنگام خروج از فروشگاهتان راضی باشند.



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 <

۳۰. شخصی‌سازی را در اولویت قرار دهید.

اگر محصول یا خدمتی به خواسته‌های مشتریان شبیه باشد، توجه آنان را به خود جلب خواهد کرد. هرچند عبارت «شخصی» به تمام چیزهایی که مورد علاقه‌ی ما است، اشاره دارد. برای مثال ورزشی که مدام دنبال می‌کنیم، موزیکی که گوش می‌دهیم یا شهری که اخیراً به آن سفر کرده‌ایم. این‌ها علایق شخصی ما هستند. برای درک علایق شخصی مشتریان در خرده‌فروشی خود، می‌توانید از برنامه‌های [وفاداری مشتریان](#) برای به‌دست آوردن اطلاعات در مورد اقدامات مشتریان استفاده کنید و از داده‌های به‌دست آمده برای بهینه‌سازی و شخصی‌سازی ارتباطات، محصولات و پیشنهادات استفاده کنید.

۸۰ درصد از مشتری‌ها از مغازه‌هایی خرید می‌کنند که نوعی تجربه‌ی شخصی را ارائه می‌دهند. راهی مطمئن برای ایجاد روابط طولانی‌مدت این است که آن‌ها را بشناسید. به خاطر داشته باشید که [۶۲ درصد](#) مصرف‌کنندگان بر اساس ترجیحات و علایق خود انتظار پیشنهادات شخصی را از فروشگاه‌هایی که به سراغش می‌روند، دارند.

۳۱. برگزاری رویدادهای جالب

برای جذب مشتری‌های بیشتر لازم است ابتدا توجه عمومی را به خود جلب کنید. برگزاری رویدادهای جذابی مانند معرفی محصول یا نمایشگاه می‌توانید باعث جذب افراد بیشتر به فروشگاهتان شود. بسته به محصولاتی که ارائه می‌دهید می‌توانید

رویداد مرتبط جذابی را برگزار کنید. حتماً از بلک فرایندی یا تخفیف‌های یلدایی و غیره هم استفاده کنید.



۳۲. از نرم‌افزار CRM استفاده کنید.

امروزه در بازار پر از رقابت خرده‌فروشی‌ها، استفاده از ابزارهای کارآمد در این نوع کسب‌وکار به یک ضرورت تبدیل شده است. فناوری‌های قدرتمندی چون نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM کمک می‌کند تا مشتری‌های بیشتری را به فروشگاه خود جذب کنید و در این عرصه موفق‌تر ظاهر شوید. با استفاده از سی آر ام می‌توانید:

- روابط با مشتری‌هایتان را تقویت و شخصی‌سازی کنید. این کار باعث ایجاد حس ارزشمندی شده و رضایت آن‌ها را افزایش می‌دهد.
- مشتری‌ها را دسته‌بندی کرده و با آن‌هایی که مدت‌ها است خرید نکرده‌اند

تماس بگیرید. یا کمپینی را برای فعال‌سازی مجدد آن‌ها طراحی کنید.

- گزارش هرچیزی که بخواهید را می‌توانید از CRM بگیرید. از میزان خرید در ماه‌های مختلف گرفته تا بهترین مشتریان، دلایل خرید نکردن مشتری و غیره.

۳۳. در همه‌ی کانال‌ها خدمات مشتری ثابتی را ارائه دهید.

در حال حاضر سفر مشتری دیگر فرآیند ساده‌ای به صورت بازدید از فروشگاه و خرید محصول نیست. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده ۷۳ درصد از مشتری‌ها در طول سفر خرید خود از چندین کانال استفاده کرده‌اند. کلید ایجاد تجربه‌ی موفق در همه‌ی کانال‌ها این است که اطمینان‌یابید خدمات ثابتی را در همه‌ی آن‌ها به مشتری‌ها ارائه می‌دهید و در فروشگاه فیزیکی، فروشگاه آنلاین، شبکه‌های اجتماعی، ایمیل‌ها و هر نقطه‌ی تماس دیگر حس یکپارچگی را به مشتری‌های خود منتقل کنید. به عبارت دیگر یکی از تکنیک‌های بهبود خدمات مشتریان در خرده‌فروشی‌ها انتقال حس هماهنگی بین کانال‌های مختلف ارتباطی با مشتری است.

۳۴. طرح‌های پاداش

یکی از راه‌های عالی برای بهبود خدمات مشتریان، معرفی طرح‌های پاداش است. مشتری‌ها عاشق این هستند که در ازای خریدشان پاداش دریافت کنند و اگر چنین طرح‌هایی داشته باشید، مطمئناً باز هم به فروشگاه شما بازمی‌گردند. همچنین به خاطر داشته باشید که باید به کارکنان فروش خود برای ارائه‌ی خدمات استثنایی به

مشتری‌ها پاداش بدهید. وقتی قدردانی خود را از اقدامات آن‌ها نشان دهید، باعث می‌شود تا انگیزه‌ی بیشتری برای ادامه‌ی این روند به‌دست بیاورند.

۳۵. ارائه‌ی خدمات مشتری وظیفه‌ی همه است.

تا به حال به فروشگاهی رفته‌اید که مسئول آن در جواب سؤالتان بگوید: «این موضوع به من مربوط نیست؟». هر سمتی هم که داشته باشید، مسئولیت مراقبت از مشتری وظیفه‌ی همه است. اگر کارکنانی در فروشگاهتان هستند که در ارتباط با خدمات مشتری حساسیت کافی را به خرج نمی‌دهند، شاید افراد مناسبی برای کسب و کارتان نباشند. همچنین اگر احساس می‌کنید که تیمتان به تقویت مهارت‌های مربوط به خدمات مشتری نیاز دارد، آن‌ها را آموزش دهید.

۳۶. دستورالعمل‌های بهداشتی جدید را مرتب اطلاع‌رسانی کنید.

در شرایط فعلی کرونا و با تغییر مداوم مقررات بهداشتی، سلامت و بهداشت برای مشتری‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. به همین علت مهم است که مرتب با کارکنان خود در ارتباط باشید و آن‌ها را برای هر تغییری از قبل آماده سازید. دستورالعمل‌های جدید و الزمات بهداشتی را به آن‌ها توضیح دهید. فرایندهایی مانند پوشیدن دائمی ماسک یا فاصله‌گذاری اجتماعی در زمان تسویه‌حساب و غیره را آموزش دهید.

می‌توانید با ارائه‌ی برخی از تجربیات، موقیعت‌های ناراحت‌کننده را به نفع خود تغییر دهید. مثلاً اگر پوشیدن ماسک در فروشگاهتان اجباری است می‌توانید با ارائه‌ی ماسک رایگان به افرادی که از آن استفاده نمی‌کنند، تجربه‌ی مشتری بهتری ارائه دهید. مثلاً فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند برای حفظ سلامت مشتری‌های خود، فروشگاه‌های آنلاینی ایجاد کرده تا از این طریق خدمات بهتری را به مشتری‌هایش ارائه دهد.

۳۷. ارتباط منظم با مشتری‌ها

یکی دیگر از استراتژی‌های بهبود خدمات مشتریان بهبود روابط با مشتریان است. ارتباط منظم با مشتری‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. فرقی نمی‌کند ساعت کاری جدید را اطلاع‌رسانی کنید یا بخواهید محصولات جدیدتان را معرفی کنید؛ بهترین راه برای ارائه‌ی تجربه‌ی عالی به مشتریان این است که آن‌ها را از هرگونه تغییر عملکرد از قبل مطلع سازید. برای مثال اگر قصد دارید ساعات کارتان را تغییر دهید لازم است که برجسته و دقیق از طریق کانال‌های ارتباطی مختلف این موضوع را به اطلاعشان برسانید.

۳۸. خود را به جای مشتری‌هایتان بگذارید.

درک احساسات مشتری کلید ایجاد ارتباطی قوی با آن‌هاست که باعث می‌شود به فروشگاهتان بازگردند و تجربه‌ای واقعاً شخصی‌شده به آن‌ها ارائه می‌دهد. آیا

مشتریتان به دلیل اینکه به دنبال لباسی مناسب برای موقعیت حساس و مصاحبه‌ی کاریش است، دچار استرس شده؟ آیا خسته از سر کار بازگشته؟ باید مهارت‌های لازم برای فروشندگی را یاد بگیرید. هر چه بهتر با مشتری‌ها و نیازهای عاطفیشان ارتباط برقرار کنید، تجربه‌ی بهتری را به آن‌ها ارائه خواهید داد.

۳۹. ترغیب مشتری به ریسک

هنگامی که خریدار کالای خاصی را می‌خرد، برای مثال جواهر، لباس شیک یا هر محصول ممتازی، در واقع به دنبال یک سطح رفاه است. فروشنده‌هایی که این موضوع را درک می‌کنند به خریداران کمک خواهند کرد حتی از سطح رفاه مورد نظرشان عبور کنند و متقاعد شوند که آن محصول خاص چقدر برای سبک زندگی مورد نظرشان مناسب است. فروشنده‌هایی که مشتریان خود را به خوبی می‌شناسند، می‌توانند بدون تشویق خریداران به استفاده از محصول یا خرید کالای گران‌تر، آن‌ها را تشویق کنند که به دنبال ریسک‌پذیری باشند.

۴۰. احساسات را نشانه بگیرید.

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 تا مشتری قانع شود که در صورت خرید نکردن، مزیت و شانس بزرگی را از دست می‌دهد، فروشتان را متحول کرده‌اید.

۴۱. از شکایتهای مشتری‌هایتان نترسید.

برای بهبود خدمات مشتریان خود، تهدیدها را به فرصت تبدیل کنید. همیشه نمی‌توانید همه‌ی افراد را راضی را نگه دارید. اما می‌توانید در مواجهه با شکایت مشتریان بهترین اقدامات را انجام دهید. اگر به مشکلات مشتری‌های خود توجه کنید، به احتمال زیاد به مشتری‌های رضایتمند فروشگاهتان تبدیل خواهند شد. وقتی به شکایات آن‌ها به‌درستی رسیدگی کنید، این شرایط می‌تواند به فرصت تبدیل شود. ممکن است خودتان متوجه برخی از مشکلات موجود نباشید و فقط از طریق مشتری‌هایتان به این موارد پی ببرید. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده ۷۰ درصد از مشتری‌هایی که شکایت خود را ثبت کرده‌اند و با موفقیت به آن‌ها رسیدگی شده، دوباره به آن فروشگاه بازمی‌گردند.

مثلاً فرمی برای ثبت شکایت روی سایت بگذارید. یا چند وقت یک بار از مشتری‌هایتان نظرسنجی کنید.

۴۲. کل تیم فروش را به‌روز نگه دارید.

راه دیگر برای ارائه‌ی خدمات یکپارچه و عالی به مشتری‌ها در تمامی کانال‌ها،

آموزش مداوم محصولات و به‌روزرسانی در ارتباط با آن‌ها است. وقتی محصولات جدیدی را وارد می‌کنید باید همه‌ی افرادی که پشت پیشخوان هستند، آن‌ها را دقیق بررسی کنند. برای محصولات پیچیده‌تر ممکن است به آموزش ویدئویی و توضیحات کارشناسان نیاز باشد.

۴۳. کارکنان خود را دائماً آموزش دهید.

مشتری‌هایتان بیش از هر چیزی، تجربه‌شان هنگام خرید را به خاطر می‌سپارند. از آنجایی که فروشندگانتان تصویر کسب‌وکار شما را در ذهن مشتری می‌سازند، باید رفتاری حرفه‌ای داشته باشند. برای انجام این کار پیش از هر چیز لازم است تا خودتان ارتباط دوستانه‌ای را با کارکنان خود ایجاد کنید. همچنین گوش دادن به پیشنهادات آن‌ها می‌تواند نقش مهمی در ایجاد انگیزه برای ارائه‌ی خدماتی بهتر با مشتری‌ها داشته باشد. به خاطر داشته باشید که کارکنان رضایتمند بیشتر برای بهبود خدمات مشتری‌ها تلاش می‌کنند.

نکته‌ی مهمی که درباره‌ی مدیریت تیم فروش همیشه مطرح می‌شود، رهبری تیم فروش است. بسیاری از مدیران به این نقش ارتقا یافته‌اند زیرا فروشندگی خوبی بوده‌اند. با این حال، هرگز آموزش خاصی در مورد مهارت‌های مدیریتی یا الهام‌بخش بودن برای ارائه‌ی خدمات عالی به مشتریان جدید داده نمی‌شود. اگر شما هم در چنین موقعیتی قرار گرفته‌اید، باید از فروشندگی به رهبر تبدیل شوید. این بدان معنی است که شما باید هدف فروش را تعیین کنید، تیم خود را تشویق نمایید تا

کارهای خلاقانه‌تری انجام دهند و برای هر مشتری تجربه‌ای «عجیب» ایجاد کنید. بعد از آن می‌توانید پیروزی‌های بزرگ خود را جشن بگیرید. این یعنی به کارمندان فروش احساس خاص بودن می‌دهید، بنابراین آن‌ها هم می‌توانند این احساس را به مشتریان منتقل کنند.

۴۴. نحوه خواندن زبان بدن مشتری را بیاموزید.

وقتی بتوانید از حرکات و رفتار مشتری اطلاعاتی به دست آورید، پیروز رقابت خواهید شد و رقبا را شکست می‌دهید. لازم است تمام کارمندان فروش از روی زبان بدن مشتری‌ها درک کنند که فرد خوشحال، غمگین یا حتی ناامید است. اهمیت این موضوع به این علت است که روحیه مشتری‌هایتان می‌تواند به عنوان کاتالیزوری برای ایجاد رابطه‌ی بهتر و احتمال خرید بیشتر در آینده از فروشگاهتان باشد.

۴۵. از محدوده‌ی وظایفتان فراتر روید.

فرض کنید مشتری وارد فروشگاهتان می‌شود و به دنبال کالای خاصی است. اگر وقتی از شما سؤال می‌پرسد فقط می‌گویید که در سمت چپ فروشگاه می‌تواند پیدایش کند، بدترین خدمات را به مشتری‌هایتان ارائه می‌دهید. برای بهبود خدمات مشتریان در خرده‌فروشی‌ها، مشتری را به سمت کالایی که به دنبالش است هدایت کنید و بعد هم منتظر بمانید تا اگر سؤالات بیشتری داشت و یا چیز دیگری لازم داشت راهنمایی‌اش کنید.

این فقط یک مثال است. قطعاً می‌توانید این نکته را به تمام جنبه‌های کاریتان گسترش دهید. مثلاً حتماً دیده‌اید که شرکت بروکس، از حیطة‌ی وظایف خود فراتر رفته و به جای فروش محصولاتش، طرحی را برای تعویض لامپ‌های فرسوده و سوخته با لامپ‌های نو را ارائه داده است.

۴۶. مشتریان فعلی را رها نکنید.

مشتریان فعلی، بهترین گزینه برای افزایش فروش محصولات و یا خدماتتان هستند. آن‌ها قبلاً از محصولات شما استفاده کرده‌اند و به شما اعتماد دارند؛ بنابراین اگر خدمات باکیفیتی به آن‌ها ارائه دهید، احتمال خرید مجدد آن‌ها بیشتر می‌شود. این امر به افزایش فروش و کسب و کارتان کمک می‌کند.

در نظر گرفتن برخی شرایط ویژه‌ی فروش و بازاریابی فقط برای مشتریان فعلی، روشی عالی برای پاداش دادن به مشتریان وفادار و افزایش فروش است. چرا که برخی از افراد وقتی می‌بینند امتیازها و شرایط ویژه‌ی شرکت فقط برای جذب مشتریان جدید طراحی شده، ناراضی یا ناامید می‌شوند. بهتر است تبلیغات فروش و بازاریابی را برای مشتریان فعلی خود، منظم ارسال کنید. مثلاً ماهانه یا سه ماه یکبار. این چنین برنامه‌ریزی تبلیغاتی باعث می‌شود که ارتباط با مخاطبان را حفظ کنید.

همچنین تبلیغات منظم برای مشتریان فعلی، نشان می‌دهد که برای مشتری‌هایتان ارزش بالایی قائل هستید. این موضوع آن‌ها را تشویق می‌کند تا اطلاعات شما را با

افرادی که می‌شناسند به‌اشتراک بگذارند و مشتری‌های جدیدی برایتان فراهم کنند.

۴۷. آموزش مشتری‌ها

یکی دیگر از راهکارهای عملی افزایش فروش، ارائه‌ی خدمات شخصی مانند برگزاری کلاس‌های آموزشی به مشتریان است. با این روش می‌توانید فرصتی برای تقویت ارتباطتان با مشتریان فراهم کنید و ارزش محصول و یا خدمات خود را به آن‌ها نشان دهید. نکته‌ی اصلی این است که با این روش، مشتریان را با کارایی و ارزش خدماتی که ارائه می‌دهید آشنا می‌کنید، نه اینکه بخواهید محصولاتی را که ممکن است هیچ‌گاه مورد استفاده‌شان قرار نگیرد، به آن‌ها بفروشید.



کاربردهای نرم‌افزار CRM برای خرده‌فروشی‌ها و کسب‌وکارهای B۲C چیست؟

مشخصه‌ی بارز این نوع مشاغل، سادگی است. در واقع تمام کسب‌وکارهایی که محصولات مورد نیاز شهروندان عادی را فراهم می‌کنند، جزو این دسته قرار می‌گیرند. برای مثال، شما جذب تبلیغ تلویزیونی مربوط به یک برند مایع ظرفشویی می‌شوید و برای خرید آن به سوپرمارکت محله‌ی خود می‌روید و یا یک دوره‌ی آموزشی آنلاین را برای استفاده‌ی شخصیتان (بدون آنکه قصد پخش یا ارائه‌ی آن را در کلاس و به افراد دیگر داشته باشید) خریداری می‌کنید.

اما CRM چگونه در این نوع مشاغل، نقش آفرینی می‌کند؟ نحوه‌ی تأثیرگذاری و یا کاربرد CRM در خرده‌فروشی‌ها چگونه است؟

۱. ثبت و ذخیره‌سازی اطلاعات مشتریان

معمولاً خرده‌فروشان مشتریان زیادی دارند زیرا علاوه بر مشتریان ثابت، رهگذران و مشتریان جدید (مشتریان یک بار خرید) متعددی هم به آن‌ها مراجعه می‌کنند. بنابراین برخورداری از یک سیستم ثبت و ذخیره‌سازی اطلاعات مشتری (از نقاط اولیه‌ی تماس تا خرید نهایی) برای نظم‌دهی و سازمان‌دهی اطلاعات مشتریان، ضروری است. اصلی‌ترین کاربرد CRM برای خرده‌فروشی‌ها این است که با ثبت اطلاعات مشتریان و تاریخچه‌ی تعاملات، کارایی شما را بهبود می‌بخشد و سرعت عملتان را بالا می‌برد.

۲. تعامل مؤثر با مشتری

ثبت و ذخیره‌سازی اطلاعات مشتری، نقش مهمی در ایجاد تعامل مؤثر خرده‌فروشان با مشتریان دارد. فرض کنید از زمانی که مشتری وارد مغازه شما می‌شود، تمام رفتارهای خرید، علاقه‌مندی‌ها، شماره‌های تماس، ترجیحات، تاریخ تولد و غیره‌ی او را در سیستمی هوشمند ثبت و ذخیره داشته باشید.

این اطلاعات باعث شناخت دقیق شما از مشتریان شده و در ایجاد و حفظ تعامل مؤثر با آن‌ها کمک‌تان می‌کند. از ارسال پیام‌های تبریک تولد، سالگردها، مناسبت‌های خاص و غیره گرفته تا ارائه‌ی پیشنهادهای ویژه و یا تخفیف اجناس موردعلاقه‌ی آن‌ها، همگی مشتریان را به سمت خرید یا تماس مجدد با شما سوق می‌دهد.

۳. طبقه‌بندی مشتریان

همان‌طور که می‌دانید ارزش و میزان خرید مشتریان با هم برابر نیست. به علاوه افراد مختلف نیازها مختلفی هم دارند. CRM به صورت اتوماتیک مشتریان را طبقه‌بندی می‌کند تا پیشنهادهایی متناسب با علاقه‌مندی و بودجه‌بندی آن‌ها ارائه کنید. به علاوه CRM مشتریان احتمالی، مشتریان وفادار، مشتریان در معرض خطر، مشتریان غیرفعال و غیره را هم مشخص می‌کند و آن‌ها را در دسته‌های جداگانه‌ای قرار می‌دهد. اینگونه می‌توانید نحوه‌ی تعامل و اقدامات مؤثر هر گروه را تنظیم کنید.

۴. ایجاد برنامه‌های وفاداری

ایجاد برنامه‌های وفاداری منجر به حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید می‌شود. نرم‌افزار CRM ایجاد چنین برنامه‌هایی را (از طریق ارائه‌ی تخفیف، پاداش، ایجاد امتیاز، در نظر گرفتن تسهیلات ویژه و غیره) به راحتی فراهم کرده و علاوه بر بهبود نرخ حفظ مشتریان، احتمال نرخ بازاریابی دهان‌به‌دهان را افزایش می‌دهد. به طور خلاصه، CRM با ایجاد برنامه‌های وفاداری به جذب، حفظ و رشد درآمد خرده‌فروشان کمک می‌کند.

۵. اتوماسیون فرایندها

کسب‌وکارهای خرده‌فروشی، فعالیت‌های روزانه و تکراری بسیاری دارند که زمان زیادی را می‌گیرد. مثلاً، بررسی موجودی‌های انبار و اطلاع از آن‌ها، ثبت سفارشات

جدید، نظم‌دهی و طبقه‌بندی محصولات جدید، مدیریت مشتریان یا کارکنان و غیره. برای اینکه زمان کافی برای تمرکز روی امور مهمی (مانند برنامه‌ریزی برای افزایش فروش، جذب مشتری، تعامل با مشتریان، ارسال پیام و غیره) داشته باشید، باید برخی از این پروسه‌ها را کنار بگذارید. و بهترین راه این است که از نرم‌افزاری استفاده کنید که این کارها را اتوماتیک و بدون دخالت شما انجام دهد. CRM بیش از ۹۰ درصد فعالیت‌های تکرارپذیر را خودکار انجام خواهد داد.

۶. ایجاد کمپین‌های بازاریابی ایمیلی

CRM با ایجاد کمپین‌های بازاریابی ایمیلی محصولاتتان را به هزاران مخاطب معرفی می‌کند و با کمترین هزینه، تبلیغات گسترده‌ای را به نفعتان انجام می‌دهد. این کمپین‌ها از طریق ارسال پیام‌های خوشامدگویی، خبرنامه‌ها، ترویج محصول و یا خدمات، نظرسنجی یا ثبت بازخورد و غیره با مشتریان ارتباط برقرار کرده و نرخ جذب و حفظ آن‌ها را افزایش می‌دهند.

۷. تجزیه و تحلیل و گزارش‌دهی

یکی دیگر از مهم‌ترین کاربردهای CRM تجزیه و تحلیل است. هر چیزی که در سی آر ام ذخیره می‌شود قابلیت گزارش‌دهی دارد. این برنامه با دنبال کردن استراتژی‌های فروش و بررسی میزان تأثیرگذاری آن‌ها، نقاط ضعف و قوتتان را شناسایی کرده و بینش درستی را برای تغییر و یا تثبیت استراتژی‌های موجود در اختیارتان قرار

می‌دهد.

می‌توانید فعالیت‌های مشتریان، کارایی کارمندان، میزان رضایت مشتری‌ها، بازدهی کمپین‌های بازاریابی و غیره را هم با این نرم‌افزار بسنجید.

۸. مدیریت موفق کسب‌وکار

با استفاده از CRM می‌توانید دسترسی‌های مختلفی را به کارمندان بدهید. به علاوه هر کسی داشبورد شخصی خودش را دارد و وظایفش را مدیریت می‌کند. برای مثال می‌توانید پس از تقسیم وظایف، برنامه‌ی هرکسی را به داشبوردش انتقال دهید. و میزان پیشرفت و عملکرد کارمندان و میزان رضایت مشتری‌ها از تعامل با آن‌ها را بسنجید.

سخن آخر

پتانسیل صنعت خرده‌فروشی، مخصوصاً خرده‌فروشی آنلاین، باعث افزایش رقابت در این حوزه شده است. به همین علت باید از استراتژی‌های مؤثری برای جذب مشتری و افزایش فروش استفاده کنید تا در این صنعت دوام بیاورید. تا به حال از این تکنیک‌ها استفاده کرده‌اید؟ به نظرتان کدام تکنیک بهترین نتیجه را به دنبال دارد؟ شما از چه استراتژی‌هایی برای بهبود خدمات مشتریان در خرده‌فروشی خود استفاده می‌کنید؟

راه‌کارهایی که گفتیم را امتحان کنید و منتظر نتایج آن باشید. قطعاً تأثیرات مثبتی در روند تجارتتان می‌بینید. اما فراموش نکنید استفاده از ابزارها هم در این مسیر مانند یک نیروی محرکه عمل می‌کند.

برای مثال، CRM با برخورداری از قابلیت‌هایی که نام بردیم به شما در جلب اعتماد و رضایت صد در صد مشتریان کمک کرده و درآمدها را تا ۳۰۰ درصد افزایش می‌دهد. همچنین لازم به ذکر است که کاربرد CRM در خرده‌فروشی‌ها محدود به موارد ذکرشده در این کتابچه‌ی راهنما نیست و ده‌ها مورد دیگر را هم شامل می‌شود.

★★★★★
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؟



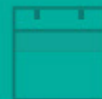
یک ساعت بعد از شروع :

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