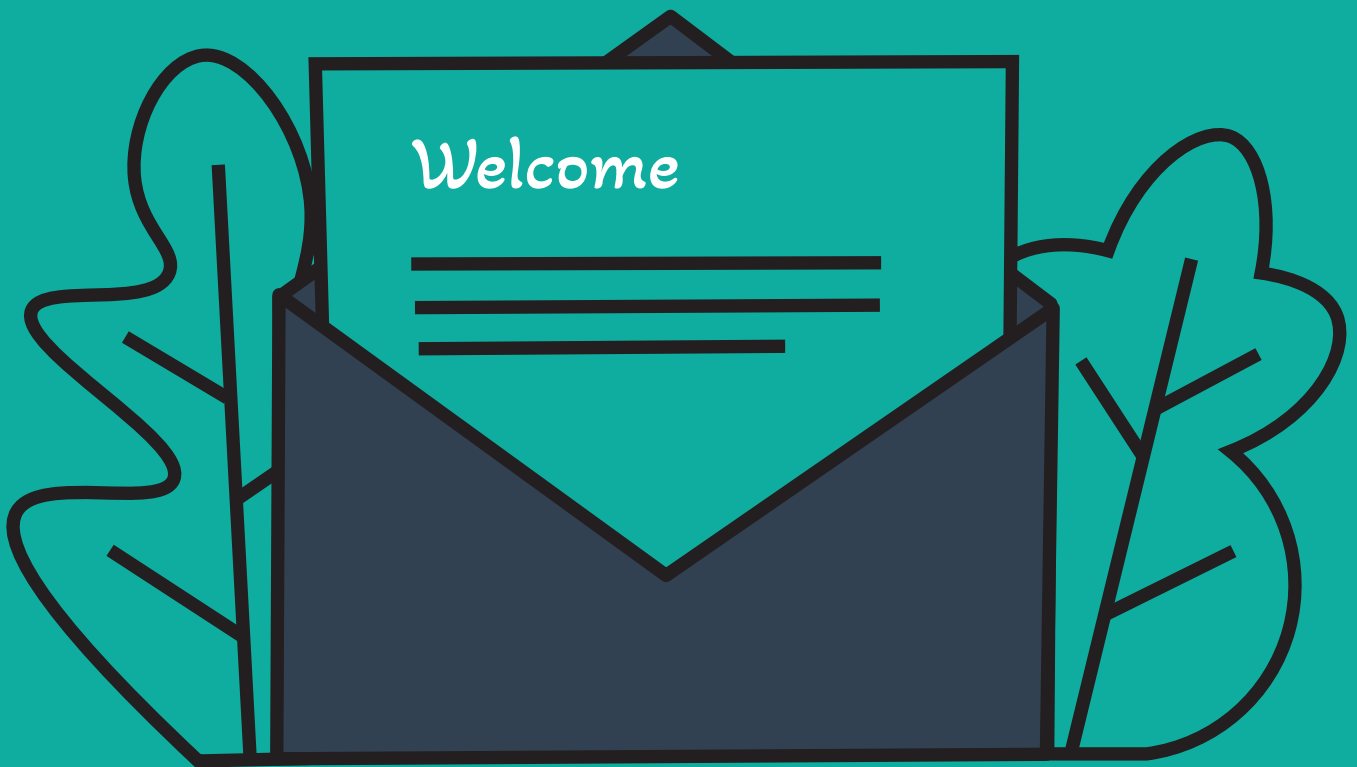


قالب آماده متن خوشامدگویی به مشتریان



چگونه یک پیام خوشامدگویی
اختصاصی بنویسیم؟

عنوان	قالب آماده‌ی متن خوش‌آمدگویی
مترجم	سنبل رحیم‌نژاد
به سرپرستی	الهه پروانه‌وار
گرافیک	یاسین علوی
صفحه‌آرا	ساجده مختارپور
زمان انتشار	تابستان سال ۱۴۰۲
ناشر	ابرایانش دیدار
موضوع	فروش و بازاریابی

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابررایانش دیدار می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشرشده توسط دیدار دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «قالب آماده‌ی متن خوش‌آمدگویی به مشتریان» روی لینک زیر کلیک کنید.

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

فهرست

- فصل اول: چگونه پیام‌های خوش‌آمدگویی بنویسیم؟ ۷
- فصل دوم: چند الگو برای پیام خوش‌آمدگویی ۲۰
- فصل سوم: چند نکته برای نوشتن یک پیغام خوش‌آمدگویی اختصاصی ۹۹
- فصل آخر: دست‌به‌کار شوید ۱۱۷

متن پیام خوش‌آمدگویی در پلتفرم‌های مختلف

نمی‌دانم شنیده‌اید که می‌گویند: «تأثیر اول خیلی ماندگار است» یا نه. اگر این را شنیده‌اید حتماً اصطلاح «عشق در نگاه اول» را شنیده‌اید. البته خیلی از افراد این مفهوم را باور ندارند؛ ولی ثابت شده است که می‌شود در برخورد اول از کسی خوشتان بیاید. این بستگی به نوع تیپ، رفتار و گفتار آن فرد دارد. در دنیای بیزنس و تجارت هم روال همین است: وقتی مشتری در برخورد اول از شما و برندتان خوشش بیاید احتمال اینکه مشتری دائمیتان شود، خیلی بیشتر است.

«فقط ۵۷/۷ درصد از برندها برای مشترکان جدیدشان ایمیل خوش‌آمدگویی ارسال می‌کنند. ولی به‌طور متوسط، ایمیل‌های خوش‌آمدگویی تا ۳۲۰ درصد بیشتر از سایر ایمیل‌های تبلیغاتی درآمد ایجاد می‌کنند.»

حالا اینکه چطور در برخورد اول حرف بزنیم، چیزی است که در این کتابچه‌ی راهنما بررسی می‌کنیم. اگر می‌خواهید برخورد اولتان با مشتری عالی باشد و مشتری را جذب خودتان کنید، جای خوبی آمده‌اید. برای این کار لازم است همراه ما باشید و کتاب متن خوش‌آمدگویی در پلتفرم‌های مختلف را بخوانید.

قبل از اینکه تمپلیت‌های آماده‌ی خوش‌آمدگویی در پلتفرم‌های مختلف را ببینیم، بیایید چند نکته‌ی اساسی را درباره‌ی نحوه‌ی نوشتن متن‌های خوش‌آمدگویی، بخوانیم. بعد از آن می‌توانید متن‌های اختصاصی خودتان را بنویسید. در انتها هم چند نمونه آورده‌ایم که می‌توانید آن‌ها را کپی کرده و استفاده کنید.

فصل اول: چگونه پیام‌های خوش‌آمدگویی بنویسیم؟

برداشت‌های اولیه خیلی ماندگار هستند؛ این را همیشه یادتان باشد. روز اولی که دانشگاه رفتم کسی را نمی‌شناختم، در خوابگاه هم کسی با من حرف نزد تا اینکه یکی از بچه‌های ترم بالایی آمد و به من خوش‌آمد گفت. راستش را بخواهید، تا مدت‌ها از این فرد خوشم می‌آمد و با او خیلی صمیمی بودم. هر قدر هم که درباره‌اش بد می‌گفتند، باور نمی‌کردم تا روزی که با چشم خودم اخلاقش را دیدم. حالا کاری به این بخش قصه ندارم، فقط می‌گویم یک خوش‌آمدگویی ساده چقدر می‌تواند در ایجاد رابطه‌ی خوب تأثیر بگذارد.

البته قضیه‌ی کاری با دوستی فرق می‌کند. قرار نیست شما بد باشید که مشتری ازتان دور شود. فقط این را بدانید که با یک پیام خوش‌آمدگویی

ساده می‌توانید کاری کنید مشتری از شما خوشش بیاید. وقتی شخصی از شخص دیگری خوشش می‌آید، کمی نسبت به او کور می‌شود. ببخشید که رک حرف می‌زنم. وقتی از یکی خوشتان بیاید بعضی از کم‌وکاستی‌ها و اشتباهاتش را نمی‌بینید و حتی ممکن است بعضی از اشتباهاتش را مزیت ببینید.

برای اینکه پیام خوش‌آمدگویی عالی بنویسید، لازم است نکات زیر را رعایت کنید:

- از کلمات اسپم در موضوع استفاده نکنید.
- با به‌اشتراک گذاشتن آدرس ایمیل با مشتری، افراد حس می‌کنند انتخاب درستی انجام داده‌اند.
- خود را به عنوان یک انسان معرفی کنید، از آن‌ها قدردانی کنید و به آن‌ها اطمینان دهید که اطلاعات شخصیشان در امان است.
- به آن‌ها بگویید در آینده چه انتظاراتی از شما به عنوان یک برند داشته باشند. مثلاً بگویید: «با عضویت در خبرنامه، هر روز مهم‌ترین اخبار این حوزه برای شما فرستاده می‌شود.»

- مکالمه را در ایمیل، با پرسیدن یک سؤال آغاز کنید تا مطمئن شوید که ایمیل‌های بعدیتان برای مشتری مهم است و به بخش هرزنامه نمی‌رود.
- هرگز بیش از یک شماره تماس برای اقدام در ایمیل خوش‌آمدگویی نگذارید. این می‌تواند گیرنده را گیج کند و هیچ‌کس یک غریبه‌ی گیج‌کننده را دوست ندارد.

ایمیل خوش‌آمدگویی چیست؟

این ایمیل اولین پیامی است که بعد از ثبت‌نام و عضویت در یک فروشگاه به فرد ارسال می‌شود. این ایمیل خیلی اهمیت دارد چون اولین برداشت مشتری از شما است و می‌تواند مشتری را عاشق شما و برندتان کند. ایمیل‌های خوش‌آمدگویی می‌توانند شامل ویدیوها، پیشنهادات ویژه، فرم ثبت‌نام یا فقط سلامی دوستانه برای برقراری ارتباط با مشتری باشند.

اجزای ایمیل خوش‌آمدگویی خوب

۱. لحظه «A-ha» را ایجاد کنید.

رئیس سابق رشد فیس‌بوک کشف کرده است که اگر کاربری در عرض ده روز ۷ دوست پیدا کند، احتمال اینکه ارزش واقعی فیس‌بوک را درک کند بیشتر است. همچنین احتمال اینکه کاربر دائمی فیس‌بوک شود هم بیشتر است. این به عنوان «لحظه‌ی ها» شناخته می‌شود که مشتری متوجه می‌شود محصول یا خدمتتان چطور کمکش می‌کند. هدف این است که مشتری را به «لحظه‌ی آها» برسانید. برای انجام این کار ارزش کسب‌وکارتان را شناسایی کنید و موانعی که جلوی مشتری است تا این ارزش را درک کند، از بین ببرید.

۲. توصیه‌های محتوا

هر چند که هدف اصلی پیام خوش‌آمدگویی معرفی برندتان است، ولی وقتی چیزی باارزش را به مشتری توصیه کنید، احتمالاً او کنجکاو می‌شود و از فروشگاهتان دیدن می‌کند.

۳. پیشنهادات سفارشی

تا الآن بالای ۱۰۰ بار در کتاب‌ها و مقالات مختلف گفتم وقتی ایمیل تبلیغاتی شخصی‌سازی شود تأثیرش چندبرابر می‌شود. قبل از ایمیل خوش‌آمدگویی بهتر است کمی درباره‌ی مشتری تحقیق کنید. بعد با توجه به آن تحقیقات، نیاز مشتری و تیپ شخصیتی‌اش ایمیل خوش‌آمدگویی را بنویسید.

۴. فعال کردن گزینه‌ی خروج

اگر کاربران به شما علاقه‌ای ندارند، راه خروج واضح پیش رویشان بگذارید. خیلی وقت‌ها مشتری به شما علاقه ندارد و در این زمان محصول نمی‌خواهد برای همین نمی‌خواهد شما برایش ایمیل بفرستید. در این زمان اگر بتواند اشتراک را لغو کند، ممکن است وقتی که دوباره به محصولات شما نیاز پیدا کرد، باز در خبرنامه‌تان عضو شود. ولی اگر گزینه‌ی لغو اشتراک وجود نداشته باشد مشتری از شما متنفر می‌شود و احتمالاً بلاکتان می‌کند.

۵. مرحله‌ی بعدی را برای کاربران مشخص کنید.

مثلاً بگویید فقط یک مرحله برای نهایی کردن خرید و داشتن این محصول باقی مانده است. فقط یک قدم مانده است تا صاحب این محصول شوید.

۶. اطلاعات تماس خدمات مشتری را ارائه دهید.

مشتری دوست دارد شماره‌ی شما را داشته باشد تا وقتی برایش مشکلی پیش می‌آید، بتواند تماس بگیرد. جدا از آن، وجود شماره تلفن به مشتری آرامش می‌دهد. همچنین بیشتر اعتماد می‌کند و می‌گوید پایبند به معامله و حرفش است.

۷. ایمیل را ارسال کنید یا برایش زمان‌بندی در نظر بگیرید.

بلافاصله بعد از عضویت کاربر برایش ایمیل خوش‌آمدگویی ارسال کنید تا نهایت نتیجه را بگیرید. فرستادن پیام خوش‌آمدگویی بعد از چند دقیقه از ورود فرد به فروشگاهتان تأثیری ندارد. همچنین اگر به مخاطب تخفیف زمان‌دار می‌دهید، ایمیلی را زمان‌بندی کنید که ۳ ساعت قبل از تمام‌شدن مهلت، کد تخفیف به مشتری ارسال شود.

۸. خطوط موضوعی جذاب

ممکن است مشتری به چند سایت رقیب شما برود و در آنجا هم ثبت‌نام کند و هم‌زمان شما و چند شرکت دیگر برایش پیام خوش‌آمدگویی بفرستید. وقتی مشتری ببیند در ۲۰ دقیقه‌ی اخیر ۶ پیام دریافت کرده که همگی از ایمیل‌های تبلیغاتی‌اند، احتمالاً آن‌ها را نمی‌خواند؛ ولی اگر موضوع جذابی داشته باشید مشتری جذب آن می‌شود و ایمیلتان را تا آخر می‌خواند.

فصل دوم: چند الگو برای پیام خوش‌آمدگویی

- سلام! به سایت ما خوش آمدید. هر سؤالی در حوزه‌ی ... (زمینه‌ی کاری شرکت) دارید، از ما بپرسید تا در اسرع وقت جواب دهیم.
- سلام! به ... (نام شرکت) خوش آمدید. اگر به کمک نیاز دارید، من همیشه اینجا هستم.
- به ... (نام شرکت) خوش آمدید. اگر به کمک نیاز دارید، به این پیام پاسخ دهید. ما آنلاین و آماده‌ی کمک به شما هستیم!
- سلام! من امروز دستیار/مشاور خرید شما هستم و آماده‌ام تا به شما کمک کنم. هر چیزی دوست دارید، از من بپرسید!
- سلام! به ... (نام شرکت) خوش آمدید! من ... (نامتان) هستم. موردی هست که بتوانم در آن به شما کمک کنم؟

الگوی پیام خوش‌آمدگویی برای مشتریان برگشتی

- سلام! دلمون برات تنگ شده بود و هدیه‌ی کوچیکی براتون آماده کردیم!
- سلام! خیلی خوب است که شما را دوباره می‌بینم! برای مشتریان بازگشتی تخفیف ویژه داریم. شما علاقه دارید...؟
- خوش برگشتی! خیلی خوبه که دوباره می‌بینمت. می‌تونم کمکت کنم؟

ایمیل خوش‌آمدگویی به مشتریان جدید

ایمیل خوش‌آمدگویی مشتری جدید شروع رابطه با مشتری را نشان می‌دهد و در ایجاد رابطه‌ای قوی با مشتری خیلی تأثیر دارد. این ایمیل شامل اطلاعات زیادی از این دست می‌شود: تأیید سفارش، اطلاعات محصول، نکات مفید و درخواست بازبینی. همچنین باید این پیام به شیوه‌ای باشد که بر شخصیت و ارزش برندتان تأکید کند.

ساده‌تر بگوییم باید جذاب، استقبال‌کننده و مشوق باشد. مثال می‌زنم
تا بهتر متوجه شوید:

سلام (اسم مشتری) عزیز!

این واقعاً هیجان‌انگیز است که به ... (اسم شرکت) آمدید. ما خیلی
خوش‌شانسیم که شما را داریم.

ما اینجا هستیم تا مطمئن شویم نتایجی را که از ... (محصول/خدمات)
انتظار دارید، دریافت می‌کنید. بنابراین در پاسخ به سؤالات و ثبت واکنش
دریغ نکنید. ما دوست داریم که نظرتان را درباره‌ی محصول بشنویم،
چون شما برای ما خیلی ارزشمند هستید.

ابتدا، برای کمک به شما، توصیه می‌کنیم این منابع را بررسی کنید:

- منبع ۱

- منبع ۲

- منبع ۳

اگر به پشتیبانی نیاز دارید، می‌توانید به این ایمیل پاسخ دهید یا با شماره‌ی ... تماس بگیرید. ما می‌توانیم در جزئیات و اطلاعاتی که برای شروع نیاز دارید، به شما کمک کنیم.

باز هم از اینکه به جمع ما اضافه شدید، متشکریم!

شرکت/نام شما

پیامک خوش‌آمدگویی برای مشتریان جدید

یکی از سؤالات خیلی مهم در این زمینه این است که: چطور بفهمیم مشتری ایمیلش را روزانه چک می‌کند یا نه؟ حدود ۹۰٪ ایرانی‌ها روزانه ایمیلشان را چک نمی‌کنند. اگر توجه کرده باشید وقتی در بعضی از سایت‌های بزرگ ثبت‌نام می‌کنید نوشته است که برای ثبت‌نام ایمیل یا شماره تلفنتان را وارد کنید. وقتی ایمیلتان را وارد کنید، یعنی احتمالش هست که از ایمیل استفاده کنید و وقتی از شماره تلفن استفاده کنید، فرستادن ایمیل خوش‌آمدگویی کنسل است.

نمونه‌ی اول:

به ... (نام تجاری) خوش آمدید! ما برخی از آخرین به‌روزرسانی‌ها و اطلاعاتیه‌ها را در اینجا برای شما ارسال خواهیم کرد. برای لغو اشتراک، «STOP» را پیامک کنید.

نمونه‌ی دوم:

به ... (نام شرکت) خوش آمدید! به عنوان هدیه خوش‌آمدگویی، از کد (CODE) برای دریافت تخفیف (%) برای هر سفارش استفاده کنید! برای لغو اشتراک به ما پیام دهید STOP.

نمونه‌ی سوم:

با تشکر از شما برای پیوستن به انجمن ما! (نام شرکت) از حضور شما بسیار خوشحالیم. اگر می‌خواهید اشتراک را لغو کنید، «STOP» را پیامک کنید.

نمونه‌ی چهارم:

(نام مشتری) عزیز سلام!

خیلی خوشحالیم که حالا عضوی از خانواده‌ی ما هستی. می‌خواهیم
برایت خبرنامه و پیامک ارسال کنیم تا در جریان همه‌ی پیشنهادهای
جذاب قرار بگیری! پس هر سه‌شنبه، رأس ساعت ۸، منتظرمان باش. ما
دوست داریم همراهان باشی، ولی اگر دوست نداری که برایت پیام
بفرستیم، روی لینک زیر کلیک کن تا اشتراکت رو لغو کنی.

(درج لینک)

نمونه‌ی پنجم

(نام مشتری) عزیز

از اینکه به اعضای تیم (اسم برند) ملحق شدی متشکریم.

اسمت را به لیست خبرنامه‌مان اضافه کردیم و جزو اولین نفراتی خواهی

بود که پیشنهادهای جذاب ما را دریافت می‌کنی! البته ما تمام تلاشمان

را می‌کنیم که با ایمیل‌ها و پیام‌های زیاد، خسته‌ات نکنیم. در ضمن

یک کد تخفیف خرید محصول هم برایت داریم:

(درج کد)

اگر دوست داری که اشتراک خبرنامه را لغو کنی، با کارشناس پشتیبانی

مربوطه تماس بگیر.

نمونه‌ی ششم

(نام مشتری) به جمع ما خوش اومدی!

قبل از هرچیز باید بگیم که قرار نیست با پیام‌های زیاد خسته‌ات کنیم. فقط می‌خواهیم مهم‌ترین خبرها رو زودتر از همه بهت بگیم. اگر دوست داشتی بیشتر باهامون همراه باشی، توی شبکه‌های اجتماعی هم به ما سر بزن.

(درج لینک شبکه اجتماعی)

برای لغو اشتراک، عدد ۱ رو بفرست!

نمونه‌ی هفتم

(نام مشتری) عزیز

ما داریم یک کار جذاب جدید رو شروع می‌کنیم و خیلی خوشحالیم که تو هم به ما ملحق شدی! اگر دوست داشتی بیشتر با ما در ارتباط باشی می‌توننی توی شبکه‌های اجتماعی دنبالمون کنی!

(درج لینک شبکه‌های اجتماعی)

نمونه‌ی هشتم

سلام (نام مشتری) عزیز!

به تیم ... (اسم برند) خوش اومدی! به عنوان هدیه‌ای کوچیک از این

کد تخفیف برای خریدهای بعدی استفاده کن:

(درج کد تخفیف)

اگر دوست نداری پیامک‌های ما رو دریافت کنی فقط کافیه کلمه‌ی

«STOP» رو بفرستی.

نمونه‌ی نهم

(نام مشتری) عزیز،

خیلی خوشحالیم که با ما همراه شدی. ما اینجا با شما درباره‌ی
مهم‌ترین خبرها و پیشنهادهای صحبت می‌کنیم. اگر مایل به لغو اشتراک
هستی کلمه‌ی «STOP» رو پیامک کن.

پیام خوش‌آمدگویی برای مشتریان در شبکه‌های اجتماعی

اگر دنبال بهترین و جذاب‌ترین مکان برای فروش و عرضه‌ی محصولاتتان هستید، منتظر نباشید و همین الان اینستاگرام را نصب کنید. چون همان چیزی است که به آن نیاز دارید. اگر سری به اینستاگرام بزنید متوجه می‌شوید که خیلی از فروشگاه‌ها فقط در اینستاگرام فعالیت می‌کنند و فروش خیلی خوبی هم دارند. این به دلیل پرطرفدار بودن اینستاگرام است. همچنین ساختار این پلتفرم به گونه‌ای است که گویی فقط برای خرید و فروش محصولات ساخته شده است. تقریباً همه یک بار آن را دیده‌اند و از آن استفاده کرده‌اند.

نمونه‌ی اول

سلام، از اینکه به پیج (اسم برند) آمدید خیلی متشکرم. اگر سؤالی دارید را به چیزی نیاز دارید می‌توانید در دایرکت به ما بگویید. کارشناسان ما در اسرع وقت جوابتان را می‌دهند. یا شماره‌تان را در دایرکت ارسال کنید تا با شما تماس بگیریم. دوباره از اینکه ما را انتخاب کردید متشکرم.

نمونه‌ی دوم

سلام،

به جمع ... (اسم برند) خوش آمدید. ما خیلی خوشحالیم که شما را در بین خودمان می‌بینیم. اگر سؤال یا پیشنهادی دارید، در دایرکت برایمان ارسال کنید. اگر حوصله‌ی نوشتن ندارید، شماره تلفنتان را برایمان ارسال کنید تا در اولین فرصت ممکن با شما تماس بگیریم. ما بهترین خواهیم شد، اگر شما در کنارمان باشید.

نمونه‌ی سوم

از اینکه افتخار دادید و به پیج ما آمدید خیلی متشکرم. ما در پیج ... (اسم پیج) سعی داریم که هر آنچه را شما نیاز دارید، معرفی کنیم. اگر سؤال یا پیشنهادی دارید، خوشحال می‌شویم که آن را در دایرکت برایمان ارسال کنید. کارشناسان ما شبانه‌روز در تلاش هستند تا در سریع‌ترین زمان ممکن به دایرکت‌های شما پاسخ دهند. برای خرید هر یک از محصولات می‌توانید کد آن را به دایرکت ارسال کنید؛ شماره تلفنتان را هم بگذارید، ما در اسرع وقت با شما تماس می‌گیریم.

نمونه‌ی چهارم

به پیج ... (اسم برند) خوش آمدید. اینجا هر چه در زمینه‌ی ... (حوزه کاری) بخواهید پیدا می‌شود. از اینکه ما را دنبال می‌کنید متشکریم! ما شبانه‌روز در تلاشیم تا شما را راضی نگه داریم. اگر می‌خواهید صاحب بهترین محصولات ... (زمینه‌ی کاری) شوید. فقط کافی است پست‌های پیجمان را ببینید و کد محصولات را به دایرکت بفرستید. اگر تا ۵ روز دیگر برای خرید محصول اقدام کنید ۱۰ درصد هم به شما تخفیف داده می‌شود. پس منتظر چی هستید؟ همین الآن از این فرصت استفاده کنید چون فرصت محدود است.

نمونه‌ی پنجم

سلام دوست عزیز،

ممنون که ما رو دنبال می‌کنی. اگر به راهنمایی فوری نیاز داری حتماً شماره تماس رو برامون بگذار تا در اسرع وقت باهات تماس بگیریم. تا اون زمان می‌تونیم به هایلایت پشتیبانی نگاهی بندازی.

نمونه‌ی ششم

سلام دوست عزیز،

خوشحالیم که به جمع ما اضافه شدی. ما در سریع‌ترین زمان ممکن به پیام‌ها جواب می‌دهیم. فقط کافیه کمی صبر کنی، به زودی باهم صحبت می‌کنیم.

نمونه‌ی هفتم

سلام دوست عزیز،

نگران نباش! ما ظرف چند ساعت آینده به همه‌ی سؤالات جواب می‌دهیم. فقط کمی صبر کن.
ازت بی‌نهایت ممنونیم!

پیام خوش‌آمدگویی در تلگرام

خیلی از افراد هر چیزی را بخواهند، در تلگرام دنبالش می‌گردند. فروش در تلگرام هم مزیت‌های زیادی دارد. یکی از آن‌ها این است که کاربر حس می‌کند به شما نزدیک است. حالا با این اوصاف بیایید چند نمونه پیام خوش‌آمدگویی ببینیم.

نمونه‌ی اول

سلام،

از اینکه عضو کانال ... (اسم کانال) شدید از شما متشکریم. اینجا می‌توانید بهترین محصولات حوزه‌ی ... (زمینه‌ی کاریتان) را با کمترین قیمت ممکن پیدا کنید. دیگر نیاز نیست که نگران باشید. همه‌ی محصولات ما اورجینال هستند. اگر سؤال یا پیشنهادی دارید می‌توانید از طریق لینک زیر با ما در ارتباط باشید.

(لینک پشتیبانی)

نمونه‌ی دوم

سلام،

ما از اینکه شما را در بین خودمان می‌بینیم خیلی خوشحالیم. ما در ... (اسم کانال) شبانه‌روز در تلاشیم تا بهترین محصولات را ارائه دهیم و به شما کمک کنیم نیازهایتان را رفع کنید. اگر نمی‌دانید که دقیقاً به چه چیزی نیاز دارید می‌توانید با مشاور خرید ما تماس بگیرید. آی-دی او را در زیر پیام قرار داده‌ایم. باز هم از اینکه (اسم برند) ای شدید سپاسگزاریم. (مثلاً رنگدونه‌ای شدید)

(آی-دی مشاور فروش)

پیام‌های خوش‌آمدگویی برای مشتریان در WhatsApp Business

واتس‌آپ هم کارایی‌هایی مشابه تلگرام را دارد اما قطعاً کارکردن با آن محدودیت‌های زیادی پیش رو دارد. با این حال، بسیاری از مشاغل به کمک واتس‌آپ ارتباطات کاریشان را مدیریت می‌کنند و به‌نظر می‌رسد راضی هم هستند. بیایید چند نمونه پیام خوش‌آمدگویی در واتس‌آپ را با هم مرور کنیم.

نمونه‌ی اول

از تماس با ... (نام شرکت) متشکریم!
ما در ساعات کاری از ... تا ... در اسرع وقت به شما پاسخ می‌دهیم.
همچنین می‌توانید درخواست خود را از طریق ایمیل ... برای ما ارسال
کنید.

نمونه‌ی دوم

سلام،
به ... (نام تجاری) خوش آمدید! از اینکه بخشی از جامعه‌ی ما هستید
متشکریم! به محض اینکه بتوانیم، با شما تماس خواهیم گرفت.

نمونه‌ی سوم

سلام!

به ... (نام تجاری) خوش آمدید. ما به همه‌ی پیام‌ها در اسرع وقت پاسخ می‌دهیم. تا یکی دو ساعت دیگر با شما تماس خواهیم گرفت.

نمونه‌ی چهارم

از اینکه با ما تماس گرفتید متشکریم! ما در ساعات کاری پاسخگوی شما هستیم. همچنین می‌توانید درخواستتون رو به این آدرس ایمیل کنید:

(درج آدرس ایمیل شرکت)

نمونه‌ی پنجم

سلام دوست عزیز!

از اینکه ما رو انتخاب کردی بی‌نهایت متشکریم! ما در اولین فرصت

باهات تماس می‌گیریم!

نمونه‌ی ششم

سلام به جمع مشتریان ... (نام شرکت) خوش آمدید. ما به همه‌ی

پیام‌ها در اسرع وقت جواب می‌دهیم. پس نهایتاً تا یک یا دو ساعت

دیگر با شما تماس می‌گیریم.

خوش‌آمدگویی به کاربران جدید خبرنامه

وقتی فردی در خبرنامه‌تان ثبت‌نام می‌کند و به او خوش‌آمد می‌گویید، حس مهم‌بودن به مشتری دست می‌دهد. همچنین این ایمیل نوعی اطلاع‌رسانی است که عضویت در خبرنامه چه مزایایی دارد. در زیر بهترین نمونه‌های ایمیل خوش‌آمدگویی به خبرنامه را آوردم:

نمونه‌ی اول:

سلام ... (نام) عزیز!

از انتخاب ... (نام تجاری) سپاسگزاریم. ما بسیار خوشحالیم که تصمیم به عضویت در ... (اسم خبرنامه) را گرفتید.

ارائه‌ی تجربه‌ای عالی به شما اولویت اصلی ما است. هر چیزی که لازم است درباره‌ی حوزه‌ی ... (اسم زمینه‌ی کارتان) بدانید، در خبرنامه‌مان آورده‌ایم.

امیدوارم که این مطالب برای شما مفید باشد و به پاسخ سؤالاتتان برسید. اگر هم درباره‌ی خبرنامه یا زمینه‌ی کاری ما سؤالی دارید، می‌توانید آن را از پشتیبانی بپرسید.

باز هم از شما برای انتخاب ... (اسم برند) متشکرم.

ما خوشحالیم که شما را داریم، چون شما بهترین هستید.

(امضا)

نمونه‌ی دوم:

موضوع: ما در شرف شروع امری هیجان‌انگیز هستیم!
به ... (نام شرکت) خوش آمدید! خوشحالیم که تصمیم گرفتید به ما
پیوندید.

ما می‌خواهیم نگرانی‌ها و سؤال‌های شما را از بین ببریم. در صورت
داشتن هرگونه سؤال در هر مقطع زمانی به ما ایمیل بزنید. البته
می‌توانید از طریق راه‌های زیر هم با ما در ارتباط باشید:

(شبکه‌های اجتماعی)

(پشتیبانی سایت)

همچنین می‌توانید با شماره تلفن ما تماس بگیرید و سؤالاتان را
مستقیم از کارشناسان ما بپرسید.

(شماره تلفن)

امیدواریم که از تو خبری بشنویم!

(نام شرکت)

خوش‌آمدگویی به دنبال‌کنندگان ایمیل

اگر به شخصی که در ایمیل‌نامه‌ی شما ثبت‌نام می‌کند، بی‌تفاوت باشید و خوش‌آمد نگویید، ممکن است حس کند که برایتان مهم نیست. ولی اگر به او پیام خوش‌آمدگویی بفرستید و توضیح دهید که عضویت در ایمیل چه مزایایی برایش دارد، حس بهتری به شما خواهد داشت و احتمالاً از اینکه پیامی شخصی‌سازی‌شده از شما دریافت کرده، خوشحال می‌شود. همچنین این کار باعث می‌شود که آن فرد علاقه‌ی بیشتری به کسب‌وکارتان پیدا کند و در نهایت این فرد حس می‌کند برای شما خیلی مهم است و برای همین با اطمینان بیشتری محصولات شما را می‌خرد.

سلام ... (اسم) عزیز،

از اینکه ما را انتخاب کردید و به یکی از همراهان ما در خبرنامه‌ی ایمیل اضافه شدید خیلی متشکریم.

ما در این خبرنامه شما را از تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه خبردار می‌کنیم. دیگر لازم نیست کلی در وبسایت‌های مختلف دنبال اخبار ... (زمینه‌ی کاریتان) بگردید. ما اخبار مهم را اینجا برایتان ارسال می‌کنیم. با ما از همه چیز دنیای ... (زمینه‌ی کاریتان) مطلع شوید.

با احترام

(امضا یا نام تجاری)

ارائه‌ی هدیه‌ی خوش‌آمدگویی

هدایا و پیشنهادات خوش‌آمدگویی باعث می‌شوند مشتری وسوسه شود بیشتر ازتان خرید کند. همچنین این باعث می‌شود که ارتباط بهتری با مشتری داشته باشید، چون مشتری فکر می‌کند که به او اهمیت زیادی می‌دهید. این ایمیل‌ها راهی عالی برای برجسته‌کردن پیشنهادهای شخصی‌شده به مشتری هستند. ثابت شده است وقتی محصولی تخفیف می‌خورد، برای مشتری و مردم جذاب‌تر است. همچنین وقتی شخصی پیشنهاد شخصی داشته باشد، به احتمال زیاد از آن استفاده می‌کند. پیام خوش‌آمدگویی همراه با کد تخفیف باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- سلام: همیشه با یک عبارت ساده و نام تجاری به خواننده‌تان سلام

کنید و خوش‌آمد بگویید.

- **تأیید:** عبارتی را که بیانگر تأیید عملکرد خواننده است، مثل ثبت‌نام در خبرنامه، در ابتدای پیام خود بنویسید.
- **تشکر:** می‌توانید با تشکر از خواننده و ارائه‌ی هدیه‌ای کوچک در ازای وقتشان، نشان دهید که برنندگان چقدر به مشتریان اهمیت می‌دهد.
- **پارامترهای کد تخفیف:** هنگام ارائه‌ی کد تخفیف، به‌وضوح هم آنچه را که مشتری دریافت می‌کند و هم بازه‌ی زمانی استفاده از کد تخفیف را مشخص کنید. افزودن محدودیت‌های زمانی به ایجاد فوریت کمک می‌کند و خواننده را برای خرید تشویق کند.
- **انتظار:** گنجاندن یک یا دو جمله در مورد آنچه که خواننده از

ایمیل‌های آینده‌ی شما انتظار دارد، می‌تواند باعث ایجاد تعامل شود و احتمال اینکه آن‌ها تبدیل به مشتری شوند را بیشتر می‌کند.

یک پیشنهاد رایگان یا یک هدیه‌ی کوچک باعث حفظ و وفاداری مشتری می‌شود. همچنین مشتری را بیشتر تحریک می‌کند تا از شما خرید کند. فرض کنید دو دل هستید که گوشیتان را عوض کنید یا نه. شما به تلفن همراهی علاقه دارید که در فروشگاه‌ها قیمتش ۲۰ تومان است. اگر بعد از ثبت‌نام در سایتی به شما ۱۰٪ تخفیف بدهد و قیمت گوشی به ۱۸ تومان برسد، تحریک نمی‌شوید آن را همین‌الآن بخرید؟ به‌خصوص اگر کد این تخفیف زمان‌دار باشد.

در ادامه بهترین ایمیل‌های خوش‌آمدگویی بر پایه‌ی تخفیف را آورده‌ایم:

نمونه‌ی اول:

سلام ... (نام) عزیز!

به ... (نام تجاری) خوش آمدید!

به‌عنوان آخرین (و بهترین) فردی که به ما اضافه شده، می‌خواهیم به شما هدیه/تخفیف بدهیم. این هدیه‌ی کوچک را از ما به‌عنوان تشکر قبول کنید. این کم‌ترین کار برای تشکر از شماست که ما را انتخاب کرده‌اید.

برای استفاده از این هدیه فقط کد تخفیف (اسم کد) را در هنگام تسویه حساب وارد کنید و هدیه در اسرع وقت به دستتان می‌رسد.

اگر سؤال یا بازخوردی دارید، لطفاً با ... (اطلاعات تماس) تماس بگیرید.

ما همیشه اینجا هستیم تا کمکتان کنیم.

ما بهترینم، چون شما را داریم.

(امضا یا نام تجاری)

نمونه‌ی دوم:

از اینکه به ما پیوستید متشکریم! (نام تجاری)

ما شما را به لیست پستی خود اضافه کرده‌ایم. شما جزو اولین افرادی خواهید بود که همه‌ی پیشنهادات ویژه، جدیدترین به‌روزرسانی‌ها و اطلاعیه‌های ما را دریافت می‌کنید. ما تمام تلاش خود را می‌کنیم تا با ایمیل‌های بازاریابی شما را خسته نکنیم!

به عنوان هدیه‌ای کوچک، روی دکمه‌ی زیر کلیک کنید یا از کد ... (CODE) استفاده کنید تا از تخفیف ... (%) خرید بعدی خود بهره‌مند شوید. هم‌اکنون خرید کنید.

شما می‌توانید سیاست حفظ حریم خصوصی ما را در اینجا ببابید. برای لغو اشتراک ایمیل «اینجا» را کلیک کنید.

نمونه‌ی سوم:

سلام!

به خانواده‌ی ... (نام شرکت) خوش آمدید!

خوشحالم که این ایمیل را می‌خوانید. من خوشحال خواهم شد که به شما کمک کنم.

به عنوان تشکر از اینکه به ما پیوستید، می‌خواهم به شما هدیه‌ای بدهم.

اکنون ... (پیوند به برخی منابع رایگان) را دریافت کنید!

در آنجا (مورد مفید شماره ۱)، (مورد مفید شماره ۲) و موردی که شخصاً به آن علاقه دارم (مورد مفید شماره ۳) را خواهید یافت.

نمونه‌ی چهارم:

سلام ... (نام) عزیز،

به ... (نام تجاری) خوش آمدید! شما با موفقیت برای ... (نام محصول)/

سرویس) ما ثبت‌نام کردید. برای تشکر، ما در اولین سفارش شما ...

(تخفیف) را به شما می‌دهیم! برای صرفه‌جویی در هزینه، هنگام خرید از

این کد استفاده کنید: (کد تخفیف)

کد شما در تاریخ ... منقضی می‌شود، بنابراین سریع‌تر از آن استفاده

کنید! ما بسیار خوشحالیم که شما به ... (نام تجاری) ملحق شدید اگر

می‌خواهید هیچ یک از پیشنهادات شگفت‌انگیز ما را از دست ندهید،

روزانه ایمیلتان را چک کنید.

(ثبت‌نام)



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 <

چرا هدایای خوش‌آمدگویی مؤثراند؟

وقتی کسی می‌گوید از حضور شما خوشحال است، خوب است؛ اما وقتی کسی به شما هدیه‌ی خوش‌آمدگویی می‌دهد، مطمئن می‌شوید که برایش مهم هستید. با این کار به شما ثابت می‌شود از اینکه به آن‌ها پیوستید، خوشحالند. شما هم حس می‌کنید برایشان مهم هستید و اعتماد به نفس می‌گیرید. آدم‌ها جذب افرادی می‌شوند که برایشان اهمیت قائلند.

پیام خوش‌آمدگویی و اضافه‌کردن ارزش

وقتی محصول و خدماتتان را طوری نشان بدهید که خیلی باارزش هستند و مشتری با آن کیفیت زندگی‌اش بالاتر می‌رود، احتمالش خیلی زیاد است که مخاطبتان تبدیل به مشتری شود. برای این کار سعی کنید مزایای محصول را نشان دهید و بگویید که این محصول به چه شکل به زندگیشان کمک می‌کند. اگر بدانید مشتری به چه چیزی نیاز دارد و در ایمیل خوش‌آمدگویی دقیقاً همان چیز را بگویید، جدا از اینکه آن فرد مشتری دائمی شما می‌شود، شما را به دوستانش هم معرفی می‌کند و سفیر برندتان خواهد شد.

یک نمونه‌ی ساده برایتان آورده‌ام:

سلام!

نام من ... (نام) است و بسیار خوشحالم که به اسم ... (نام شرکت) به

شما خوش‌آمد می‌گوییم!

شما به جمع هزاران افرادی پیوستید که در حال حاضر کیفیت زندگیشان

را با محصولات ما افزایش می‌دهند:

منافع ۱

منافع ۲

منافع ۳

(منافع و مزایا را طوری بنویسید که مشتری حس کند باعث افزایش

کیفیت زندگی‌اش می‌شود.)

فقط یک قدم کوچک دیگر وجود دارد که باید بردارید تا به همه‌ی این

مزایای شگفت‌انگیز دست پیدا کنید:

(لینک خرید)

* نکته‌ی مهم: مهم‌ترین مزایای استفاده از محصولاتان را نشان دهید.

به کاربران خود یادآوری کنید که چرا آن‌ها تصمیم به ثبت‌نام گرفتند و چگونه می‌توانید به آن‌ها در رسیدن به اهدافشان کمک کنید.

با مخاطب قراردادن افراد با نام آن‌ها، کیفیت پیام خوش‌آمدگویی‌تان را بالا ببرید. این کار بیشتر اوقات، توجه آن‌ها را جلب می‌کند و تحت‌تأثیرشان قرار می‌دهد. به‌علاوه، تحقیقات نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از مشتریان پس از دریافت ایمیل‌های شخصی‌سازی‌شده، تمایل بیشتری به خرید دارند.

خوش‌آمدگویی به کارمندان جدید

از آنجایی که کارمندان جدید بخشی از کار شرکتتان را انجام می‌دهند، تأثیر زیادی روی موفقیت دارند. هر چه این افراد انگیزه‌ی بیشتری داشته باشند، سر کار خوشحال باشند و از شرکت و کارشان خوششان بیاید، توجه و تلاششان بیشتر می‌شود و سعی می‌کنند بیشترین توانشان را روی کار بگذارند تا موفق شوند. با پیام خوش‌آمدگویی اولیه به کارمندان جدید، آن‌ها اعتماد به نفس می‌گیرند و حس می‌کنند که اهمیت زیادی برایتان دارند.

«وقتی فردی اعتماد به نفس زیادی داشته باشد، احتمال موفقیتش بیشتر است.» این حرف بزرگ روانشناسان دنیا است.

این قبیل ایمیل‌ها بهتر است موارد زیر را شامل شوند:

- داستان‌های الهام‌بخش را به اشتراک بگذارید.
- مشکلاتی را که شرکتتان برای حلش تلاش می‌کند، برجسته کنید.
- داده‌های اخیر را در مورد وضعیت کارتان ارائه دهید.

نمونه‌ی پیام خوشامدگویی به کارمند جدید!

سلام ... (نام کارمند) عزیز!

می‌خواهم شخصاً به نام ... (نام سازمان) به شما خوش‌آمد بگویم. باز

هم از کمک سخاوتمندانه‌ی شما سپاسگزارم.

مشارکت شما تأثیر فوری بر موفقیت کارمان دارد.

با حمایت شما تیم ما به ... (تشریح خدمات مهم و تأثیر آن) ادامه

خواهد داد. با ادامه‌ی همکاری می‌توانیم تفاوتی پایدار ایجاد کنیم.

ما با به‌روزرسانی‌ها و رویدادها در ... (نام سازمان) در تماس خواهیم بود.

همچنین مسائل مهمی را، درباره‌ی نحوه‌ی بهبود مشارکت، با شما به

اشتراک می‌گذاریم. (به اشتراک‌گذاری داده‌ها و آمارهای اخیر در راستای

اهداف حیاتی).

مجدداً از کمکتان و انتخاب ... (نام سازمان) سپاسگزاریم.

شما بهترین شخص برای این کار هستید و مطمئن هستم با کمک شما

ما هم بهترین می‌شویم.

(امضا)

خوش‌آمدگویی مجدد به مشتریان وفادار

فرض کنید یک سال است عضو فروشگاه‌ی هستید و فقط یک‌بار از شما تشکر کرده‌اند. در این هنگام ممکن است حس کنید که آن شرکت شما را فراموش کرده است. حتی ممکن است چون ایمیلی از آن شرکت دریافت نمی‌کنید شما آن را فراموش کنید. ولی با این ایمیل مجدد دوباره از شما تشکر می‌کنند و آن شرکت را به‌یاد می‌آورید. همچنین این ایمیل مدرکی است که می‌گوید شما برای این شرکت مهم هستید.

در این ایمیل‌ها باید از همراهی مشتریان تشکر کنید یا به آن‌ها پیشنهاد ویژه بدهید. همچنین بهتر است از نظرسنجی و دیگر ویژگی‌های تعاملی استفاده کنید تا بازخوردشان را بدانید. بعضی وقت‌ها یک سال است که

مشتری هیچ فعالیتی ندارد و بعد از اولین فعالیت این ایمیل برایش ارسال می‌شود.

سلام (نام) عزیز،

خیلی خوشحالیم که دوباره به جمع ما برگشتید. ما خیلی هیجان‌زده‌ایم که دوباره شما را در کنار خودمان می‌بینیم. وفاداری مشتری در ... (نام تجاری) به معنای ... (مزایای برنامه‌ی وفاداری برتر را مشخص کنید). این یک تشکر شخصی برای انتخاب محصولات ما است.

ما خیلی دوست داریم نظرات، بازخورد و سؤالاتتان را بشنویم. ما همیشه برای کمک به شما آماده‌ایم.

اولین خرید شما، ... (نام اولین خرید محصول)، شما را در مسیر تبدیل شدن به یکی از وفادارترین مشتریان ما قرار داد. ما کنجکاویم ببینیم شما به‌عنوان بخشی از انجمن ... (برنامه وفاداری) ما چه خواهید کرد.

با احترام،

(امضا)

پیام خوش‌آمدگویی ویدیویی

متنی ۱۰۰۰ کلمه‌ای بنویسید و برای ۲۰ نفر ارسال کنید. به نظرتان چند نفر همه‌ی آن را می‌خوانند؟ شاید یک یا دو نفر. حالا این متن را به فیلم یا صدا تبدیل کنید و دوباره برای همان ۲۰ نفر بفرستید. این بار چند نفر نگاه می‌کنند؟ بیشتر از ۱۰ نفر. مردم به پیام‌های ویدیویی بیشتر از تکست و متن علاقه دارند. فرض کنید می‌خواهید آموزش کار با لینکدین را یاد بگیرید. آموزش ویدیویی آن ۱۰ دقیقه است. آموزش متنی آن حدود ۴۲۰۰ کلمه است که ۹ دقیقه وقت می‌گیرد. کدام را انتخاب می‌کنید؟ ثابت شده است که ۹۰٪ مردم آموزش ویدیویی را انتخاب می‌کنند.

پیام خوش‌آمدگویی هم به همین شکل است. ممکن است فرد در

فروشگاه شما و چند رقیبتان هم‌زمان ثبت‌نام کرده باشد و دنبال محصولی مناسب برای خودش بگردد. مخاطب الآن نمی‌داند کدام را انتخاب کند و در بین خریدها دودل است. هر کدام از این فروشگاه‌ها به او پیام خوش‌آمدگویی ارسال می‌کنند. وقتی مشتری ایمیلش را چک می‌کند، ۵ پیام خوش‌آمدگویی می‌بیند که احتمالاً یکی را تا آخر بخواند و بقیه را فقط بازدید کند. ولی اگر ببیند پیام شما ویدیویی است، به احتمال زیاد آن را تا آخر نگاه می‌کند چون با دیگر رقیبانتان فرق دارید.

ویژگی‌های که باید در ایمیل خوش‌آمدگویی شخصی استفاده شود عبارت‌اند از:

- تأیید: به مشتری اطلاع دهید که چرا این ایمیل را دریافت می‌کند.

- از خواننده تشکر کنید: قدردانی کسب‌وکار خود را برای اقدام خواننده به‌اشتراک بگذارید.
- ویدیو را معرفی کنید: به مشتری بگویید که در ویدیو چه چیزی یاد خواهد گرفت و به او بگویید که آن را فقط برای او ساخته‌اید.
- جاسازی ویدیو: بهتر است ویدیو را مستقیم در ایمیل قرار دهید. اگر نمی‌توانید این کار را انجام دهید، یک پیوند اضافه کنید. ویدیوی خود را مختصر، جذاب و آموزنده نگه دارید.
- انتظار چه چیزی را داشته باشند: کمی در مورد آنچه که خواننده می‌تواند انتظار داشته باشد به‌اشتراک بگذارید و برای ایمیل‌های آینده هیجان ایجاد کنید.

ذکر ویدیو در موضوع می‌تواند به ایجاد تعامل کمک کند و گیرنده را تشویق کند که ایمیل را باز کند.

نمونه

سلام، (نام) عزیز!

شما بخشی از خانواده‌ی ... (نام تجاری) هستید!

من می‌خواهم شخصاً از شما برای پیوستن به ... (بخش) تشکر کنم.

برای دسترسی به نکات، ترفندها و پیشنهادات تیم ما که به‌طور خاص

برای شما گردآوری شده است، ویدیوی زیر را تماشا کنید!

(فیلم یا لینک)

با تشکر از شما برای پیوستن به جامعه‌ی ما. بی‌صبرانه مشتاقیم تا

آنچه را در فروشگاه داریم، به شما نشان دهیم!

(ثبت‌نام)

کمپین‌های خوش‌آمدگویی آزمایشی رایگان

اگر خدمات به مشتری می‌فروشید این نوع ایمیل خوش‌آمدگویی برای شما بهترین است. مثلاً شما فیلترشکن می‌فروشید. خیلی از رقیب‌هایتان راست نمی‌گویند و محصولات جعلی می‌فروشند؛ همچنین مشتری استرس این را دارد که پول بپردازد و محصول مناسبی نگیرد که نیازش را رفع کند. برای همین به مشتری بگویید که می‌تواند ۱۰ روز رایگان از فیلترشکن ما استفاده کنید. اگر از آن خوشتان آمد، برای خریدش اقدام کنید. این نشان می‌دهد شما به محصولاتان اعتماد دارید و در نهایت نرخ تبدیل را بالا می‌برد.

- موارد زیر عناصر ضروری برای گنجاندن در ایمیل‌های کمپین خوش‌آمدگویی آزمایشی رایگان شما هستند:
- از خواننده تشکر کنید: تشکر از خواننده جهت ثبت‌نام برای آزمایش رایگان محصول یا خدمات.
 - پارامترهای آزمایشی رایگان: به خواننده اطلاع دهید که محصول یا خدمت آزمایشیشان (مثل فیلترشکن) از امروز شروع می‌شود و تا کی معتبر است.
 - منابع: به اشتراک گذاری منابع اضافی (توضیح محصول و نحوه‌ی استفاده از آن) در مورد محصول یا خدمات مخاطب را برای استفاده از آن آماده می‌کند.

- **اطلاعات تماس:** راه‌های ارتباطی با مشتری را آسان کنید. چون مشتری می‌ترسد به مشکل بخورد و به کسی نیاز دارد که کمکش کند.

نمونه

سلام (نام) عزیز،

برای ثبت‌نام در ... (نام محصول/سرویس) ... (نام تجاری) از شما متشکریم!

زمان (فیلترشکن رایگان) شما از امروز آغاز می‌شود!

(لینک آزمایشی رایگان)

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد ... (نام محصول/سرویس) و نحوه‌ی کار

با آن به لینک زیر بروید. (لینک)

اگر در مورد ... (نام محصول/سرویس) خود سؤالی دارید، هر زمان که

خواستید با تیم ما تماس بگیرید. (ایمیل/شماره تلفن)

ما خیلی خوشحالیم که شما را داریم!

(ثبت‌نام)

ایمیل‌های خوش‌آمدگویی داستان‌سرایي

به نظر من هیچ تکنیک بازاریابی به اندازه‌ی داستان‌سرایي برای درگیرکردن مشتری و ایجاد تعامل با او مؤثر نیست. مردم دوست دارند که از تجربیات هم استفاده کنند و به تجربیات هم علاقه‌مند هستند. وقتی می‌خواستم بینام را عمل کنم چند دکتر به من معرفی کردند که می‌گفتند کار همه عالی است. برای اینکه تجربیات دیگران را در رابطه با آن‌ها ببینم، پیج و وبسایت نوبت‌دهی اینترنتی آن‌ها را پیدا کردم و نظرات کاربران را خواندم. این نظرات خیلی در تصمیم‌گیری من مؤثر بودند، طوری که اول می‌خواستم پیش موسوی پناه عمل کنم، ولی بعد از خواندن نظرات کاربران پشیمان شدم.

خیلی وقت است که این تکنیک در زمینه‌ی کسب‌وکار هم استفاده می‌شود. اگر توجه کرده باشید، الآن خیلی از سایت‌ها مقالاتی را منتشر می‌کنند که در آن از داستان استفاده شده است. ولی مسئله‌ی داستان‌سرایی در پیام خوش‌آمدگویی با مقالات فرق دارد. باید در داستان پیام خوش‌آمدگویی سعی کنید ارزش برندتان را نشان دهید و داستانی جذاب و کوتاه بنویسید. همچنین باید جوری باشد که مخاطب با خواندن آن با برند شما ارتباط بگیرد. برای اینکه بهترین نتیجه را از داستان‌نویسی در این پیام‌ها بگیرید، لازم است موارد زیر را به پیامتان اضافه کنید:

- **درگیرکردن مخاطب:** مشکل یا نیازی را بگویید که برندتان آن را در بازار حل کرده است.

- داستان مبدأ: بگویید چرا این بیزنس را ایجاد کردید.
- مزایا: مزایایی که مشتری می‌تواند با خرید محصول یا خدمتتان، از آن بهره‌مند شود.
- تشکر: از مشتری قدردانی کنید و کاری کنید که او بخشی از داستان شما باشد.

نمونه

خوش آمدید (نام)،

قبل از تأسیس ... (نام شرکت)، من در به‌در دنبال (محصول/خدمات)
می‌گشتم تا مشکلاتم را با آن حل کنم.

(معرفی مشکل/نقطه‌ی دردناک)

(داستان کسب‌وکارشان را بیان کنید و اینکه چگونه برنتان به حل این
مشکل کمک می‌کند)

امیدواریم ... (محصول/سرویس) بتواند به شما کمک کند و از ... (مزایای
محصول/خدمت) لذت ببرید.

ما بهترین نیستیم، ولی خوشحالیم که بهترین‌ها را داریم.

(ثبت‌نام)

پیام خوش‌آمدگویی برای مشتریانی که به بخش خدمات آمده‌اند

بعضی از مشتریان مشکل یا سؤال دارند و دنبال حل آن هستند. اگر بتوانید به‌خوبی به آن‌ها پاسخ بدهید احتمالاً آن افراد در خریدهای بعدی شما را انتخاب می‌کنند. خیلی از اوقات اولین ارتباط شما با مشتری از یک سؤال شروع می‌شود. وقتی مشتری به جواب سؤالش برسد و حس کند شما می‌خواهید به او کمک کنید و اطلاعات زیادی دارید، از شما خوشش می‌آید و ازتان خرید می‌کند.

نمونه‌ی اول:

به بخش خدمات مشتری ... (نام شرکت) خوش آمدید! من ... (نام نماینده) هستم. امروز چطور می‌توانم به شما کمک کنم؟

نمونه‌ی دوم:

سلام! من ... (نام نماینده) هستم. چگونه می‌توانم در خدمت شما باشم؟

نمونه‌ی سوم

صبح/بعدازظهر/عصر به‌خیر. شما با ... (نام نماینده) صحبت می‌کنید. چگونه می‌توانم کمکتان کنم؟

نمونه‌ی چهارم

با سلام.

شما با ... (نماینده یا پشتیبان سایت) صحبت می‌کنید. من و همکارانم در ... (اسم فروشگاه) سعی داریم که در اسرع وقت به پیام‌های شما پاسخ دهیم. از صبر شما متشکریم.

نمونه‌ی پنجم

خیلی خوشحال شدم که امروز شما را اینجا می‌بینم. همه‌ی تلاش ما در پشتیبانی شرکت این است که به سؤالات، انتقادات و پیشنهادات شما پاسخ دهیم. من و همکارانم حداکثر تا ... (مدت زمان) ساعت دیگر پیامتان را بررسی می‌کنیم و پاسخ می‌دهیم.

ایمیل خوش‌آمدگویی کوتاه برای مشتریان

اگر ترجیح می‌دهید به جای متن‌های رسمی و طولانی از یک جمله برای خوش‌آمدگویی به مشتری‌هایتان استفاده کنید، این چند جمله از بهترین جملات هستند:

- به خانواده‌ی ... (نام شرکت) خوش آمدید!
- سلام ... (اسم مخاطب)،
- ما خوشحالیم که شما در انجمن ما حضور دارید. ما به ارسال ایمیل‌ها ادامه می‌دهیم (مگر اینکه تصمیم به لغو اشتراک داشته باشید!) تا شما را در جریان آخرین و بهترین اخبار قرار دهیم.

- شما می‌توانید در سایر سیستم‌عامل‌ها هم به انجمن‌های ما بپیوندید!
ما حساب‌های رسانه‌های اجتماعی زیادی داریم که می‌توانید در
اینجا پیدا کنید، به‌زودی می‌بینیمتون!
(نمایه‌های رسانه‌های اجتماعی)
- شما می‌توانید سیاست حفظ حریم خصوصی ما را در اینجا بیابید.
برای لغو اشتراک خبرنامه‌ی ایمیلی «اینجا» را کلیک کنید.

پیام خوش‌آمدگویی برای مشتریان بالقوه

مشتریان بالقوه یا احتمالی همان کسانی هستند که از صفحات سایت و پیجتان بازدید می‌کنند ولی معلوم نیست که می‌خرند یا نه. این افراد به حوزه‌ی کاری شما علاقه و نیاز دارند، مثل وقتی که کسی که به اسمارت‌واچ نیاز دارد و پیج‌هایی را که اسمارت‌واچ می‌فروشند، چک و بررسی می‌کند. شاید همه‌ی این بازدیدکنندگان خیلی به اسمارت‌واچ نیاز نداشته باشند و فقط به آن علاقه‌مند باشند و بگویند اگر محصول مناسب و فرصت مناسب پیدا شد آن را می‌خرم؛ خب با چه پیغامی نظر آن‌ها را جلب کنیم؟

نمونه‌ی اول

سلام، به ... (نام شرکت) خوش آمدید! اگر آدرس ایمیل و درخواست خود را بگذارید، ما در عرض ۲۴ ساعت به هر سؤالی پاسخ خواهیم داد. برای خوش‌آمدگویی به شما هدیه‌ای کوچک آماده کرده‌ایم. شما با کد زیر می‌توانید از ... تخفیف در خرید اولتان بهره‌مند شوید. توجه کنید این کد تخفیف فقط تا ۲۴ ساعت دیگر اعتبار دارد و محدود است.

نمونه‌ی دوم

به جمع ... (اسم شرکت)‌ای‌ها خوش آمدی! از دیدن شما خوشحالم. ما برای همه‌ی مشتریان جدید ... (%) تخفیف ویژه داریم. دوست داری الآن تخفیف خاص خودت رو بگیری؟

نمونه‌ی سوم

سلام! ما از دیدن شما در جمع خودمان خیلی هیجان‌زده‌ایم. اگر می‌خواهید از همه‌ی تخفیف‌ها، محصولات ویژه و سایر تبلیغات مطلع شوید، آدرس ایمیل خود را وارد کنید تا در عرض چند ثانیه همه‌ی آن‌ها را ارسال کنیم! اگر سؤال، انتقاد یا پیشنهادی دارید می‌توانید از طریق ایمیل زیر با ما در میان بگذارید.

(آدرس ایمیل)

نمونه‌ی چهارم

سلام من ... (نام یکی از اعضای پشتیبانی) هستم و از اینکه در حال بازدید از سایت ما هستید بسیار خوشحالم. چطور می‌تونم کمکتون کنم؟

نمونه‌ی پنجم

سلام دوست عزیز! اگر سؤال یا پیشنهادی دارید، می‌تونید آدرس ایمیل خودتون رو اینجا بگذارید. در اولین فرصت با شما تماس می‌گیریم.

نمونه‌ی ششم

به سایت ما خوش اومدید! امیدوارم اینجا بهتون خوش بگذره! هر چیزی نیاز داشتید ما در خدمت شما هستیم!

نمونه‌ی هفتم

چقدر خوبه که اینجایی! کمکی از دستم برمیاد؟

فصل سوم: چند نکته برای نوشتن یک پیغام خوش‌آمدگویی اختصاصی

آیا هر فروشگاه اینترنتی باید پیام خوش‌آمدگویی داشته باشد؟

چرا که نه. به نظر من باید هر فروشگاه‌ی پیام خوش‌آمدگویی خودش را داشته باشد. فکر نکنم این کار هزینه‌ی زیادی برای شرکت ایجاد کند. اگر هزینه‌ی آن را با تأثیری که می‌گذارد مقایسه کنید، متوجه ارزشش می‌شوید. چون پیام خوش‌آمدگویی تا ۳۰٪ میزان فروشتان را افزایش می‌دهد. با توجه به این آمار، این کار ارزش امتحان کردن را خواهد داشت. استقبال گرم همیشه باعث بهبود تجربه‌ی کاربر در فروشگاه می‌شود. در پیام خوش‌آمدگوییتان کد تخفیف بگذارید تا نهایت تأثیر آن را ببینید. تا حد امکان هم از کد تخفیف زمان‌دار استفاده کنید تا مشتری را به خرید

تحریک کند.

یادتان باشد بلافاصله بعد از اینکه مشتری اقدامی را انجام داد، برایش پیام خوش‌آمدگویی بفرستید تا بهترین نتیجه را بگیرید. فرض کنید که در فروشگاه لوازم الکتریکی دارید به محصولات نگاه می‌کنید و روی هر کدام از این محصولات قیمتشان نوشته شده است. ۱۰ دقیقه از حضورتان در این فروشگاه گذشته که کارمندی می‌آید و به شما خوش‌آمد می‌گوید. این خوش‌آمدگویی تأثیرگذار نیست و فقط باعث عصبانیت مشتری می‌شود. حالا بدتر از این وقتی است که مشتری شخص دیگری را در فروشگاه نبیند. فضای مجازی هم همین‌طور است. فردی که برای خرید به سایت شما می‌آید مشتری دیگری را نمی‌بیند و توقع دارد که بعد از ورود به سایت

به او خوش‌آمد بگویید. بعد از اینکه مشتری چند دقیقه در فروشگاه شما دور زد و محصولات را دید، دیگر خوش‌آمدگویی به چه دردی می‌خورد؟ این پیام برای این است که ارتباط با مشتری را تقویت کنید و او را عاشق خودتان کنید.

چند کار برای تاثیرگذار کردن پیام خوش‌آمدگویی

دعوت به اقدام

این پیام‌های خوش‌آمدگویی به شیوه‌ای هستند که از فرد خواسته می‌شود کاری را انجام دهد. این کار باعث می‌شود که مشتری بیشتر با بیزینس شما آشنا شود و تا حدی به آن علاقه پیدا کند. همچنین شما هم می‌توانید بفهمید که نرخ تبدیل و تاثیرگذاری پیامتان چقدر است. هر چند که پیام دعوت به اقدام با پیام خوش‌آمدگویی فرق دارد، ولی لازم است بدانید که احتمال بازدید مشتری از پیام خوش‌آمدگویی ۴ برابر بیشتر از دعوت به اقدام است.

برای همین سعی کنید در پیام خوش‌آمدگویی از مشتری بخواهید اقدامی را انجام دهد. بی‌شک نتیجه‌ی خوبی از آن می‌گیرید.

نمونه

به ... (نام شرکت) خوش آمدید!

ما خیلی خوشحالیم که اینجا هستید! شما اکنون بخشی از یک جامعه‌ی روبه‌رشد از (اسم شرکت + ای‌ها مثلاً رنگدونه‌ای) هستید. چه برای خرید و چه برای برقراری ارتباط با کارشناسانمان به ما ملحق شده باشید، ما بهترین‌ها را داریم.

«بیا با هم بریم و به نوک قلعه‌ی موفقیت برسیم.» برای اینکه همراهتان را در مسیر موفقیت بهتر بشناسید، بهتر است لینک درباره‌ی ما را بخوانید.

چگونه گیرندگان ایمیل را تشویق کنیم که اقدامی را سریع انجام دهند؟

اگر می‌خواهید مشتری کاری را که در پیام خوش‌آمدگویی از او خواسته‌اید انجام دهد، به نظر من کار سختی پیش رو ندارید. با اینکه که با نگاه اول این مسئله سخت به نظر می‌رسد، ولی کافی است که فقط یک چیز از کاربر بخواهید. مثلاً اگر از مخاطبتان بخواهید هم در نظرسنجی شرکت کند و هم شماره‌اش را بگذارد، احتمالاً هیچ‌کدام را انجام نمی‌دهد چون حوصله ندارد. ولی وقتی فقط از او بخواهید در نظرسنجی شرکت کند به احتمال زیاد جوابتان را می‌دهد. سعی کنید در پیام‌های خوش‌آمدگویی مشتری را گیج و خسته نکنید.

بازخورد بگیرید

اگر توجه کرده باشید سایت‌هایی که می‌خواهند در مقالات وبلاگ با مشتریان‌شان صمیمی شوند، از ما و اسم شرکت استفاده نمی‌کنند. در این مقالات به جای اینکه بگویند ما یا با شرکت X همراه باشید، می‌گویند امروز همراه باشید. این کار باعث می‌شود که با مشتری صمیمی‌تر شوند. وقتی با مشتری صمیمی‌تر شوید احتمال خریدش از شما بیشتر می‌شود.

«وقتی دو نفر با هم صمیمی شوند بیشتر به هم اعتماد می‌کنند.»

این حرف از لحاظ روانشناسی ثابت شده است. این نکته را حتماً در

پیام‌هایی که به مشتری می‌دهید رعایت کنید.

اگر باور این جمله برایتان سخت است و فکر می‌کنید پیام خوش‌آمدگویی باید رسمی و با ضمایر جمع باشد، کافی است که خودتان آن را امتحان کنید. سرنخ‌ها و مخاطبان‌تان را به دو بخش مساوی تقسیم کنید و به هر کدام از آن‌ها پیام متفاوتی بفرستید. در یکی از پیام‌ها سعی کنید صمیمی شوید و در دیگری رسمی با مشتری برخورد کنید. یادتان باشد که جامعه‌ی نمونه‌تان باید زیاد باشد (مثلاً ۵۰ نفر و بیشتر) تا نتیجه‌ی آزمایش‌تان دقیق باشد. در این پیام‌ها سعی کنید خیلی صمیمی نشوید، چون این ممکن است دست‌تان را رو کند.

خب از موضوع اصلی دور نشویم. وقتی که به نام شرکت در پیام

خوش‌آمدگویی از مشتری بخواهید کاری را انجام دهد، به جواب نمی‌رسید. ولی اگر به نام شخص از او بخواهید که کاری را انجام دهد، احتمالاً موفق خواهید شد. وقتی که به اسم فرد و با صمیمیت چیزی را بخواهید، مشتری حس می‌کند که بیشتر به او توجه می‌کنید. جدا از آن، وقتی مشتری بداند مستقیم با او ارتباط برقرار می‌کنید، پیام خوش‌آمدگویی‌تان تبدیل به شروع یک مکالمه می‌شود. دیگر از اینجا به شما بستگی دارد که چطور با مشتری ارتباط برقرار کنید.

نمونه

سلام،

با تشکر از شما برای ثبت‌نام در خبرنامه‌ی ما.

ما از علاقه‌ی شما قدردانی می‌کنیم.

ما تمام تلاش خود را می‌کنیم تا ... (منابع جالب و مفید) را به شما

اطلاع دهیم.

ما دوست داریم بدانیم که کجا در مورد شرکت شنیده‌اید؟

چرا بازاریابان این قدر به بازخورد مشتریان اهمیت می‌دهند؟

ارتباط با مشتریان و گوش‌دادن به درخواست‌هایشان برای کسب‌وکارهای مدرن ضروری است. وقتی از ایمیل اول، که همان متن خوش‌آمدگویی است، از مشتری بخواهید بازخورد بدهد، مشتری می‌گوید این برند به نظر من اهمیت می‌دهد چون من برایش مهم هستم. وقتی مشتری حس کند که برای شرکتی اهمیت دارد، احتمالش کم است که از آنجا سفر کند. جدا از آن هم بازخورد مشتری به شما می‌گوید که فروشگاه‌تان چه نقاط ضعف و قوتی دارد و مشتری به چه چیزی علاقه دارد. این کار در بهبود سایتتان خیلی تأثیر دارد.

هدایت کاربران به منابع ارزشمند

در بعضی از موارد، به‌خصوص در شرکت‌هایی که محصولات گران و بزرگ مثل خودرو می‌فروشند، ممکن است خرید چالش‌برانگیز باشد. بهتر است در پیام خوش‌آمدگویی در این شرکت‌ها لینک راهنما و منابع پیشنهادی ارائه داده بشود. هر چند این کار ممکن است هیجان‌انگیز نباشد ولی مطمئناً تأثیرگذار است. همچنین بیشتر افراد ریسک‌کردن روی پول زیاد را دوست ندارند برای همین دنبال محصولاتی تست‌شده و ایمن هستند. با کمک این لینک‌ها مشتری را از ایمنی و تأثیرگذار بودن محصولاتان مطمئن کنید.

نمونه

به ... (نام شرکت) خوش آمدید!

شما اکنون کاربر رسمی ... (شرکت) هستید. در اینجا می‌توانید به برخی

از منابع مفید دسترسی داشته باشید:

پیوند به پرسش‌های متداول: به اکثر سؤالات شما پاسخ می‌دهد.

پیوند به انجمن گفتگوی خود: با سایر کاربران گپ بزنید.

پیوند به منابع: پایگاه دانش ما.

پیوند به آموزش: نکات و ترفندهای مفید را بیاموزید.

امیدواریم این برای شروع کافی باشد. اگر نیاز به کمک دیگری دارید

لطفاً ما را مطلع کنید.

از طنز برای تقویت تعامل استفاده کنید.

خنده سلاح قدرتمندی است. اگر توجه کرده باشید افراد با کسانی که پیششان بیشتر می‌خندند، صمیمی‌ترند. وقتی در پیام خوش‌آمدگویی از جملات طنز استفاده کنید، رابطه‌ای دوستانه با نگرش مثبت ایجاد می‌کنید. وقتی مشتری حس کند شما می‌توانید او را بخندانید، به شما علاقه‌مند می‌شود و بقیه‌ی پیام‌هایتان را هم می‌بیند. صمیمی‌شدن با مشتری در هر مرحله از فروش امر مهمی است.

ولی استفاده از طنز در برخورد با مشتری مثل راه‌رفتن روی طناب است. اگر بیش از حد با مشتری صمیمی شوید، احتمالاً می‌گویید که خیلی پررو است. اگر هم با او خشک رفتار کنید، می‌گویید مغرور است. اگر شوخیتان

بی‌مزه باشد، احتمالاً مشتری را ازدست می‌دهید و دیگر نمی‌توانید با او ارتباط برقرار کنید. اگر هم زیاد شوخی کنید، به او بر می‌خورد و از شما ناراحت می‌شود. باید در شوخی و طنز با مشتری میانه‌رو باشید تا بهترین نتیجه را بگیرید. اینجا یکی از بهترین نمونه‌های پیام خوش‌آمدگویی طنز را آورده‌ام:

سلام،

من ... (نام) هستم و ... (عنوان شغلی بامزه در شرکت) . به من بگویید

چگونه می‌توانیم به شما کمک کنیم؟

آیا استفاده از پیام‌های خوش‌آمدگویی خنده‌دار مشکلی ندارد؟

در اکثر مواقع شوخی کردن باعث می‌شود مشتری فرایند خرید را زودتر طی کند و با شما صمیمی شود. البته شوخی با برخی از افراد، که بیش از حد مغرور هستند، ممکن است تأثیری نگذارد. البته شوخ‌طبع بودن هم کمی سخت است. باید مطمئن شوید که شوخی‌هایتان بی‌مزه نیست و به مشتری بر نمی‌خورد و توهینی به او نمی‌کنید. اگر حس شوخ‌طبعی کافی ندارید، از فرد دیگری بخواهید که برایتان پیام خوش‌آمدگویی طنز بنویسد. همچنین می‌توانید از پیام بالا استفاده کنید یا جملات طنز کوچکی به پیام‌های خوش‌آمدگویی دیگر اضافه کنید.

فصل آخر: دست‌به‌کار شوید

تأثیر اولی که افرادی روی هم می‌گذارند خیلی مهم است و افرادی که در ارتباط اول طرفشان را جذب می‌کنند خیلی موفق‌تر هستند. شاید شنیده باشید که می‌گویند ۱۰ ثانیه‌ی اول برخورد با مشتری خیلی مهم است. ۵۰٪ مشتریان در این مدت زمان کم و اولیه تصمیم می‌گیرند از شما خرید کنند یا نه. برای همین است که فروشندگان بزرگ به تیپ و ظاهر خود خیلی اهمیت می‌دهند و هر شرکتی روی پوشش کارمندان‌ش حساس است. همچنین اگر توجه کرده باشید، گفتگو را خیلی جذاب شروع می‌کنند تا مشتری را به خود جذب کنند.

ولی در زمینه‌ی فروش اینترنتی فرد مقابل پوشش و ظاهر شما را نمی‌بیند؛ پس چطور می‌خواهید با او ارتباط اولیه‌ی خوبی داشته باشید. اینجا است

که پیام خوش‌آمدگویی به کارتان می‌آید. حتی در فروش فیزیکی هم لازم است که از متن خوش‌آمدگویی به مشتریان استفاده کنید. این کار باعث می‌شود که ارتباط اولیه‌ی خوبی با مشتری داشته باشید. اگر پیام خوش‌آمدگویی را زیبا و جذاب بنویسید مشتری عاشق برندتان می‌شود. مشتری‌ای که عاشقتان باشد به خریداری دائمی و سفیر برندتان تبدیل می‌شود.

این مشتری مثل یک بازاریاب موفق شما را به بقیه معرفی می‌کند، البته پولی هم نمی‌گیرد و این کار را دلی انجام می‌دهد. اخلاق بیشتر انسان‌ها این‌طوری است که وقتی دوست یا آشنا محصول یا خدمتی را بهشان معرفی می‌کند، به حرفش اعتماد می‌کنند و در صورت نیاز آن

محصول یا خدمت را تهیه می‌کنند. با پیام خوش‌آمدگویی به مشتری اعلام می‌کنید که من از حضورتان در شرکت خوشحال هستم. همچنین می‌گویید من اینجا هستم تا به شما کمک کنم؛ پس اگر چیزی را می‌خواهید به من بگویید. با این کار شما خودتان را با مشتری صمیمی می‌کنید.

تجربه نشان داده است که مشتری وقتی اعتماد می‌کند که شما را بشناسد و با شما صمیمی شود. جدا از همه چیز با پیام خوش‌آمدگویی به مشتری می‌گویید که شما به او اهمیت می‌دهید. از نظر روانشناسی انسان‌ها کسانی را دوست دارند که به آن‌ها اهمیت می‌دهند و توجه می‌کنند. در زمینه‌ی بیزنس هم از این دست افراد خرید می‌کنند. وقتی پیام

خوش‌آمدگویی جذاب باشد مشتری علاقه‌مند می‌شود همه‌ی بخش‌های فروشگاهتان را ببیند. تکنیک‌هایی برای افزایش تأثیر پیام خوش‌آمدگویی وجود دارد که در بالا به آن‌ها اشاره کردم.

بهتر است که همه از پیام‌های خوش‌آمدگویی استفاده کنند، چون این روش خیلی تأثیرگذار و در عین حال ارزان است. ثابت شده است که پیام‌های خوش‌آمدگویی ۴ برابر بیشتر از پیام‌های دیگر ایجاد درآمد می‌کنند. روش‌های نوشتن پیام‌های خوش‌آمدگویی زیاد هستند و هر کدام روی افراد خاصی تأثیر دارند. شما می‌توانید برای هر بخش از کسب‌وکارتان، از یکی از پیام‌های بالا استفاده کنید.

اینجا کتاب متن پیام خوش‌آمدگویی در پلتفرم‌های مختلف را آورده‌ایم

که به شما کمک می‌کند فروشتان را تا حد زیادی افزایش دهید.

لازم نیست نگران چیزی باشید! ما بهترین پیام‌های خوش‌آمدگویی در پلتفرم‌های مختلف را اینجا جمع کرده‌ایم. اگر می‌خواهید نهایت نتیجه را از این پیام‌ها بگیرید، لازم است که آن‌ها را شخصی‌سازی کنید. همچنین بهتر است کمی از طنز استفاده کنید تا با مشتری صمیمی‌تر شوید. اگر دوست دارید بدانید من برای کاربرانم چگونه پیام خوش‌آمدگویی ارسال می‌کنم، به جای خوبی آمده‌اید. من هر چند ماه آن را عوض می‌کنم. ولی الگوی پیام خوش‌آمدگویی من به این شکل است که کمی داستان‌سرایی می‌کنم، از طنز استفاده می‌کنم و به مشتری کد تخفیفی زمان‌دار می‌دهم.

البته کارهای دیگری هم انجام می‌دهم، ولی این ۳ مورد در همه‌ی آنها ثابت است. البته بخش‌ها و پلتفرم‌های مختلفی وجود دارند که پیام خوش‌آمدگویی در آنها متفاوت است. جدا از آن بهترین پیام خوش‌آمدگویی برای بیزنس‌های مختلف با هم فرق می‌کند.

لازم است که آنچه را در این کتاب آمده، با دقت بخوانید. بعد می‌توانید بهترین پیام خوش‌آمدگویی برای کسب‌وکار خودتان را پیدا کنید. این کار سخت نیست و فقط به کمی امتحان و سلیقه نیاز دارد. البته نمونه پیام‌های این کتاب روی ۹۰٪ بیزنس‌ها تأثیرگذاری عالی دارند.

★★★★★
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 <