



جمع آوری بانک اطلاعاتی

اکیانوس آبی
آغاز زندگی، حرفه‌ای یک برند...



بانک اطلاعاتی مشتریان، ابزاری قدرتمند در فروش

تیم تحریریه اکیانوس آبی

یکی از زیر ساخت ها و فعالیت هایی که در بحث افزایش فروش و بازاریابی بسیار تاثیر گذار است، بحثی تحت عنوان بانک اطلاعاتی است. بانک اطلاعاتی یک کسب و کار، یک معدنی محسوب می شود که یک کسب و کار می تواند بهره ی بسیاری از آن ببرد و اگر یک کسب و کاری بانک اطلاعاتی دقیق و منظمی را نداشته باشد، از این معدن طلا محروم است.

شاید بگویید که تا الان بانک اطلاعاتی نداشته ایم و نمی دانیم که چگونه باید بانک اطلاعاتی بدست بیاوریم. در این مقاله می خواهیم به چگونگی تولید و گسترش بانک اطلاعاتی بپردازیم.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.



روش های جمع آوری بانک اطلاعاتی مشتریان

۱- روش های اینترنتی

اولین مرجع که می توانید بانک اطلاعاتی خود را اپدیت کنید، روش اینترنتی است. کسب و کار های مرتبط با خودتان را در گوگل جستجو کنید و اطلاعات آنها را به دست آورید. در گوگل مپ جستجو کنید و متوجه می شوید که خیلی از کسب و کار ها خودشان را در گوگل مپ ثبت کرده اند. در رسانه های اجتماعی مانند اینستاگرام می توانید جستجو کنید و پیج های بسیاری از کسب و کار ها را پیدا کنید و اطلاعات تماس و آدرس آنها را در بانک اطلاعاتی خودتان ثبت کنید.

یکسری وبسایت ها نیز بانک های اطلاعاتی ارزشمندی را در اختیار شما قرار می دهند. مثلا اگر شما در صنعت ساختمان فعالیت دارید، وبسایت های سازمان مهندسی معمولا اطلاعات مهندسین را در اختیار شما قرار می دهند.

یکی دیگر از روش ها پیدا کردن وبسایت خود مشتریان و برداشتن اطلاعات تماس، آدرس و سایر اطلاعات مانند آدرس رسانه ی اجتماعی و ایمیل است. با اینکار می توانید بانک اطلاعاتی خود را تقویت و آپدیت کنید.

۲- ارائه محتوای ارزشمند

در وبسایتتان یک محتوای رایگان در نظر بگیرید و به کسانی که به سایت شما وارد می شوند بگویید که اگر ایمیل خود را وارد کنید می توانید از آن محتوا استفاده کنید. حتی از این روش می توانید در رسانه های اجتماعی خود نیز استفاده کنید. مثلا یک فایل ارزشمند را در نظر بگیرید و به مخاطباتان بگویید که اگر شماره ی خود را در اختیارتان قرار دهند این فایل ارزشمند به آنها هدیه می شود. این هدیه می تواند حتی مشاوره رایگان باشد.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



۳- اشتراك بانك اطلاعاتي با رقبا و همكاران

روش سوم رقبا و همكاران هستند. شما يكسري رقيب داريد كه محصول و خدمات شما را مي فروشند و ارائه مي دهند اما نوع كارشان با شما متفاوت است. مثلا آنها لوكس گرا هستند اما شما محصولات ارزان قيمت مي فروشيد. مي توانيد با آنها بانك اطلاعاتي خودتان را به اشتراك بگذاريد.

از طريق همكاران خود نيز مي توانيد اينكار را انجام دهيد. يكسري كسب و كارها هستند كه با شما مشتري هاي مشترك دارند و مي توانيد با آنها به تبادل بانك اطلاعاتي بپردازيد.

۴- حضور در نمايشگاه ها

سومين روش حضور در نمايشگاه است كه مي تواند به آپديت كردن بانك اطلاعاتي شما كمك كند. اما صرفا فقط حضور در نمايشگاه نيست. شما مي توانيد در نمايشگاه هايي كه مرتبط با كسب و كار شما هست حضور داشته باشيد و به عنوان بازديد كننده كارت ويزيت و كاتولوگ هاي غرفه هاي مختلف را دريافت كنيد.

برخي از نمايشگاه ها يك كتاب يا وبساييت مرجعي را دارند كه اطلاعات كامل شركت كندگه در آن نمايشگاه را دسته بندي کرده اند و داخل ان كتاب يا وبساييت قرار داده اند. شما مي توانيد از اين موارد استفاده كنيد و بانك اطلاعاتي خود را آپديت كنيد و به مشتريان جديد دست پيدا كنيد.

۵- استفاده از روش هاي ترويج

پنجمين روش، استفاده از روش هاي ترويج هست. از مشترياني كه وبساييت شما را ديده اند يا به صورت حضوري مراجعه مي كنند بخواهيد تا اطلاعات تماس خود را به شما دهند و در ازاي آن به آنها كارت تخفيف هديه دهيد. يا آنها را عضو

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

باشگاه مشتریان خود کنید. و یا اگر جنس جدیدی به سبد خرید شما اضافه شد به آنها اطلاع دهید.