



افزایش فروش از طریق مشتریان فعلی



افزایش فروش از طریق مشتریان فعلی

تیم تحریریه اکیانوس آبی

روش های معرفی از طریق مشتریان و ارتباطات

یکی از روش هایی افزایش فروش که بسیار کم هزینه یا بدون هزینه می باشد و جز اولویت های اولیه فروش هم محسوب میشود روش فروش از طریق مشتریان فعلی و ارتباطات می باشد که در این مقاله قصد داریم انواع روش هایی که می توان از آن بهره برد را برشماریم.

۱ – معرفی از طریق مشتریان فعلی

روش اول معرفی مشتری از طریق مشتریان فعلی است. فرم معرفی مشتریان را همین امروز طراحی کنید و از امروز به مشتریانی که در حال حاضر از شما خرید می کنند، یا مشتریانی که قبلا از شما خرید کردند و یا کسانی که مشتریان دائم شما هستند فرم معرفی مشتری را بدهید و در کنار آنها

بایستید و منتظر باشید تا فرم را برای شما پر کنند. از آنها بخواهید که حداقل پنج نفر را به شما معرفی کنند.

مسئله ای که اینجا مطرح می شود این است که کسب و کار بعضی از افراد از نوع b2b و بازرگانی است و مشتریان نمی خواهند که رقیبشان این محصولات و خدمات را داشته باشد. بسیاری از افراد نیز از اینکه شما در منطقه ی آنها با شخص دیگری کار کنید استقبال نمی کنند. اما ممکن است آنها کسانی را بشناسند که در یک شهر دیگری یا خارج از منطقه ی آنها کار می کنند و هیچ ابایی از معرفی آنها نداشته باشند.

۲- معرفی مشتری از مشتریان گذشته

روش دوم معرفی مشتری از مشتریان گذشته است. ممکن است مشتریانی داشته باشید که با شما قطع همکاری داشته باشند. شما می توانید یک لیست از این نوع مشتریان را از طریق فاکتور ها، سیستم حسابداری، تلفن های ثبت و ضبط شده و بانک اطلاعاتی که از قبل داشته اید تهیه کنید. با آنها تماس بگیرید و علت قطع همکاری را جویا شوید. عارضه یابی کنید و دوباره به آنها پیشنهادی بدیم که آنها برگردند و از شما دوباره خرید کنند.

اگر به هر دلیل مانند عوض کردن شغل یا محیط کار امکان همکاری شخصی با ما وجود ندارد و یا در حال حاضر نیازی به محصول ما ندارد، می توانید از آنها بخواهید که فرم مشتریان را پر کنند و برای شما ارسال کنند یا از طریق تلفن افرادی را که محصولات نیاز دارند به شما معرفی کنند. چرا که آنها از قبل از شما خرید کرده اند و اعتمادشان نسبت محصول جلب شده است.

۳- معرفی مشتری از آشنایان

روش سوم آشنایان است. حتما فرم معرفی مشتری را به آشنایان خود نیز بدهید. حتی می توانید از آشنایان خودتان انتظارات بیشتری داشته باشید. این فرم را می توانید در جمع اقوام، دوستان، همسایه ها، همکاران، هم چراغ ها یا پرسنل خودتان پخش کنید و از آنها بخواهید که چند نفر از آشنایان خود را به شما معرفی کنند و مشخصاتی که برای بازاریابی شما لازم است مانند نوع رابطه ای که با این افراد دارند و اطلاعات تماس را بنویسند.

این روش را می‌توانید خیلی سریع و خوب انجام بدهید و نتایج خیلی خوبی را دریافت کنید.

۴- جذب مشتری و فروش از طریق ارتباطات

چهارمین راه حل این است که باید به دنبال ارتباطات جدید باشید. در سمینارها و گردهمایی‌هایی که مشتریان هدف شما قرار دارند شرکت کنید. افراد دارای نفوذ و کسانی که ارتباط آنها می‌تواند برای شما ثمره‌ی خوبی داشته باشد را لیست کنید و ارتباط با آنها را از اهداف خود قرار دهید. در جاهایی که این افراد حضور دارند مانند رستوران، کافی شاپ و مکان‌های تفریحی قرار بگیرید و با آنها ارتباط برقرار کنید. یکی از اصلی‌ترین وظیفه‌ی شما به عنوان یک مدیر این است که هم خودتان و هم پرسنلتان را برای ایجاد ارتباطات عادت بدهید. این روش را می‌توانید خیلی سریع و خوب انجام بدهید و نتایج خیلی خوبی را دریافت کنید.

۵- فروش به افراد مهم

پنجمین روش در بخش افزایش فروش از طریق مشتریان، فروش به افراد مهم است. به این روش اصطلاحاً تکنیک تنگ ماهی گفته می‌شود. خیلی از افراد دیگر در یک صنعت، از افراد مهم در آن صنعت تاثیر پذیر هستند. بنابراین شما اگر به یک فرد مهم که در آن صنعت فعالیت می‌کند محصول و خدمات خود را بفروشید، مسلماً راحت‌تر می‌توانید به افراد دیگر در آن صنعت بفروشید. پس افراد شاخص را پیدا کنید و محصول خود را با شرایط خاص و قیمت خوب حتی بدون سود بفروشید و از فروختن به این افراد برای فروختن به سایر افراد دیگر استفاده کنید. البته صرفاً افراد مهم، افراد شاخص آن صنعت نیستند و شما می‌توانید به افراد مشهور بفروشید. فروختن به افراد مشهور و شاخص شهر یا حتی کشور می‌تواند باعث افزایش فروش شما شود.

۶- حضور در بانک های اطلاعاتی

ششمین مورد، حضور در بانک های اطلاعاتی است. خیلی ها برای اینکه کسب و کار شما و امثال شما را پیدا کنند، به این بانک های اطلاعاتی مراجعه می کنند. بانک های اطلاعاتی مانند کتاب مرجع، صنف، ۱۱۸، وبسایت های مربوط به تخصصتان می باشد. بانک های اطلاعاتی را مرتباً آپدیت کنید و در انها حضور داشته باشید.

۷- فروش از طریق تماس رضایت

هفتمین مورد هپی کال یا تماس رضایت است. با مشتری که محصول خود را فروخته اید تماس بگیرید و رضایت محصول خود را جویا شوید و در صورت امکان خدمات پس از فروش ارائه دهید و محصولی که در اختیار مشتری است را بازبینی کنید. اینکار باعث درخواست های مجدد همان مشتریان و جذب مشتریان دیگر می شود و حجم فروش به طور قابل ملاحظه ای افزایش می یابد.

۸- قانون یک متر

هشتمین موضوع، قانون یک متر است. به راحتی از امروز تلاش کنید که هر کسی در فاصله ی یک متری شما قرار گرفت، با او ارتباط برقرار کنید و این ارتباط را به سمت فروختن بکشانید.