



جمع آوری بانک اطلاعاتی

اکیانوس آبی

آغاز زندگی، حرفه، یک برند...



بانک اطلاعاتی مشتریان، معدن طلای کسب و کار شما تیم تحریریه اکیانوس آبی

یکی از زیر ساخت ها و فعالیت هایی که در بحث [افزایش فروش](#) و بازاریابی بسیار تاثیر گذار است، بانک اطلاعاتی است. بانک اطلاعاتی مشتریان یک کسب و کار، معدنی است که یک کسب و کار می تواند بهره بسیاری از آن ببرد و اگر یک کسب و کاری بانک اطلاعاتی دقیق و منظمی را نداشته باشد، از این معدن طلا محروم است.

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

برای ایجاد و نگهداری یک بانک اطلاعاتی مشتری **Customer database**، باید مراحل طی شود.
این مراحل شامل موارد زیر است:

1. شناسایی اطلاعات مورد نیاز در بانک اطلاعاتی
2. شناسایی منابع اطلاعاتی
3. طراحی بانک اطلاعاتی
4. پر کردن بانک اطلاعاتی
5. حفظ پایگاه داده
6. بروز رسانی

اگر تا به حال بانک اطلاعاتی نداشتید و نمی دانید که چگونه باید بانک اطلاعاتی بدست بیاورید، در این مقاله با ما همراه باشید.

بانک اطلاعاتی مشتریان چیست؟

هر بانک اطلاعاتی، عبارت است از فایل ها و جداولی که اطلاعات مشتریان را در خود جای داده است. این فایل ها حاوی تعدادی رکورد یا ردیف در جداول خود هستند که بر فروش تاریخی، فرصت های جاری و آینده تمرکز دارد. در بانک اطلاعاتی مشتریان، اطلاعات مختلفی نگهداری می شود که می تواند شامل موارد زیر باشد:

1. اطلاعات شخصی

•

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

- نام
- آدرس
- اطلاعات تماس
- سن
- شهر
- تاريخ تولد
- وضعيت تاهل
- .. و

2. اطلاعات معاملات گذشته

-
- فرصت ها
- کمپين ها
- صورتحساب
- .. و

بیشتر بخوانید: [شناخت انواع مشتریان](#)

مراحل ایجاد بانک اطلاعاتی مشتریان

1. تعیین هدف

اگر هدف از جمع آوری بانک اطلاعاتی را بدانید، متوجه شوید که دقیقا چه اطلاعاتی از مشتریان را نیاز دارید. برای مثال: نام، سن، جنسیت، شهر و ..

2. ساخت بانک اطلاعاتی

در این مرحله باید بانک اطلاعاتی خود را به شکلی شفاف ایجاد کنید تا دسترسی به آن آسان باشد.

3. ورود اطلاعات

زمانی که اطلاعات مشتریان را دریافت و یا گردآوری کردید، باید این اطلاعات را در بانک اطلاعاتی مشتریان وارد کنید. بهترین زمان دریافت اطلاعات مشتریان، هنگامی است که آن ها برای انجام معامله یا خرید به شما مراجعه می کنند.

4. حفاظت از پایگاه داده

یکی از مهم ترین وظایف شما هنگامی که از یک بانک اطلاعاتی مشتریان استفاده می کنید، حفاظت از آن است. در این مرحله باید از بانک اطلاعاتی مشتریان به صورت مرتب بک آپ تهیه کرده و آن را در جایی مطمئن ذخیره کنید. با انجام این کار در صورتی که اتفاقی برای پایگاه داده بیفتد، اطلاعات به شکل کامل از دست نخواهد رفت.

5. به روز رسانی

در این مرحله باید به شکل مرتب اطلاعات مشتریان را در صورت تغییر، در بانک اطلاعاتی به روز رسانی کنید.

6. بازنگری بانک اطلاعاتی مشتریان

پس از طی کردن مراحل بالا، باید در زمان‌های مختلف میزان موفق بودن بانک اطلاعاتی مشتریان را بازنگری کرده و محتوای آن را مورد ارزیابی قرار دهید. با استفاده از این بازنگری می‌توانید متوجه شوید که آیا می‌توانید خدمات خود را ارتقا دهید یا راهکارهای دیگری را مورد ارزیابی قرار دهید.



برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

روش های جمع آوری بانک اطلاعاتی مشتریان 1- روش های اینترنتی

- کسب و کار های مرتبط با خودتان را در گوگل جستجو کنید و اطلاعات آنها را به دست آورید.
- درگوگل 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.
- برخی وب سایت 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.

2-ارائه محتوای ارزشمند به منظور گرفتن اطلاعات

- در **وب سایت** خود یک محتوای رایگان منتشر کنید و به کسانی که به سایت شما وارد می شوند بگویید که اگر ایمیل خود را وارد کنند می توانند از آن محتوا استفاده کنند. حتی از این روش می توانید برای **فروش در رسانه های اجتماعی** خود نیز استفاده کنید .
- مثلا یک محتوای باارزش را در نظر بگیرید و به مخاطبانانتان بگویید که اگر شماره خود را در اختیارتان قرار دهند این فایل ارزشمند به آنها هدیه داده می شود. این هدیه می تواند حتی مشاوره رایگان یا نمونه محصول باشد.



3- اشتراك بانك اطلاعاتي با رقبا و همكاران

روش سوم رقبا و همكاران هستند. در **بازار رقابتي** صنعت شما قطعا رقبايي هستند كه محصول و خدمات شما را مي فروشند و ارائه مي دهند، اما نوع كارشان با شما متفاوت است. مثلا آن ها لوكس هستند، اما شما محصولات ارزان قيمت مي فروشيد.

شما 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 پردازيد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.

4- حضور در نمايشگاه ها

روش بعدی [حضور در نمايشگاه](#) است که می تواند به آپديت کردن بانک اطلاعاتی شما کمک کند. شما می توانید در نمايشگاه هایی که مرتبط با کسب و کار شما هست حضور داشته باشید و به عنوان بازدید کننده کارت ویزیت و کاتولوگ های غرفه های مختلف را دریافت کنید.

برخی از نمايشگاه ها یک کتاب یا وبسایت مرجعی دارند که اطلاعات کامل شرکت کنندگان در نمايشگاه را در آن دسته بندی کرده اند. شما می توانید از این طریق بانک اطلاعاتی خود را آپديت کنید و به مشتریان جدید دست پیدا کنید.

5- استفاده از روش های ترویج

پنجمین روش، استفاده از روش های ترویج [promption](#) هست. از مشتریانی که از وبسایت شما دیدن می کنند یا به صورت حضوری مراجعه می کنند بخواهید تا اطلاعات تماس خود را به شما بدهند و در ازای آن به آن ها کارت تخفیف هدیه بدهید. یا مثلاً آنها را عضو باشگاه مشتریان خود کنید تا اگر جنس جدیدی به سبد خرید شما اضافه شد به آن ها اطلاع دهید.

[بیشتر بخوانید: حرفه ای تخفیف بدهید!](#)

نقش بانک اطلاعاتی مشتریان در افزایش فروش

با داشتن یک بانک اطلاعاتی می توانید بیش از 60 درصد مخاطبین را تبدیل به خریدار و پول کنید. بنابراین از هر 10 مشتری که شما دارید، باید حتماً بیشتر از 6 نفر از آن ها از شما محصول یا خدمتی را خریداری کنند. در صورتی که با داشتن یک بانک اطلاعاتی مشتریان، [فروش بیشتر](#) برای شما اتفاق

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

نمی‌افتد، به این معنی است که بانک اطلاعاتی شما یا مناسب نیست یا شما به شکل صحیح از آن استفاده نمی‌کنید.