



# افزایش فروش از طریق مشتریان فعلی



## مشتریان فعلی و ارتباطات، راهی آسان و بدون هزینه برای فروش موفق تیم تحریریه اقیانوس آبی

بازاریابی برای مشتریان فعلی نه تنها فروش را افزایش می دهد، بلکه ارزش طول عمر مشتری را نیز افزایش می دهد و به شما در دستیابی به بازگشت سرمایه بهتر کمک می کند.

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

راه های زیادی برای افزایش فروش به مشتریان فعلی از طریق وب سایت، رسانه های اجتماعی و حتی همگام سازی لیست های محلی برای بهبود ترافیک مشتریان محلی وجود دارد. فروش بیشتر و نتایج بهتر می خواهید؟ پس با [اقيانوس آبي](#) همراه باشید.

## 1. معرفی مشتری از مشتریان فعلی

تبلیغ کردن فعالیتی هزینه بر است، پس اگر روشی کم هزینه تر و مؤثرتر برای دست یافتن به کسانی که به محصول ما نیاز دارند وجود داشته باشد همه ما ترجیح می دهیم از آن روش استفاده کنیم. حال این روش چیست؟ از جمله راهکارهای فروش موفق، **معرفی مشتری از سمت مشتریان فعلی** است. همین امروز "فرم معرفی مشتریان" را طراحی کنید و به مشتریان فعلی 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 بدهید و از آن ها بخواهید تا فرم را برای شما پر کنند و حداقل پنج نفر را به شما معرفی کنند. مشکلی که این روش دارد این است که برخی کسب و کارها از نوع B2B و بازرگانی هستند و مشتریان فعلیشان نمی خواهند که رقیبشان محصولات و خدمات شما را داشته باشند. بسیاری دیگر نیز از این که شما در منطقه آن ها با شخص دیگری کار کنید استقبال نمی کنند. اما ممکن است آن ها کسانی را بشناسند که در شهر دیگر یا خارج از منطقه آن ها کار می کنند و هیچ مشکلی با معرفی آن ها به شما نداشته باشند.

**دانلود رایگان نمونه فرم "معرفی مشتری"**

برای دریافت لینک دانلود ایمیل و شماره تماس خود را وارد کنید.

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



## 2-تبدیل مشتریان گذشته به مشتریان فعلی

ممکن است مشتریانی داشته باشید که با شما قطع همکاری کرده اند. لیستی از این نوع مشتریان را از طریق فاکتورها، سیستم حسابداری، تماس های ضبط شده و بانک اطلاعاتی که از قبل داشته اید تهیه کنید، با آن ها تماس بگیرید و علت قطع همکاری را جویا شوید. سپس عارضه یابی کنید و دوباره به آن ها پیشنهادی بدهید که برگردند و دوباره از شما خرید کنند و به مشتریان فعلی شما تبدیل شوند. اگر به هر دلیل مانند عوض کردن شغل یا محیط کار امکان همکاری شخصی با شما را ندارند و یا در حال حاضر نیازی به محصول شما ندارند، می توانید از آن ها بخواهید که فرم معرفی مشتریان را پر کرده و برای شما ارسال کنند، چرا که آن ها از قبل از شما خرید کرده اند و اعتمادشان نسبت محصول شما جلب شده است.

## 3-معرفی مشتری از آشنایان

حتما فرم معرفی مشتری را به آشنایان خود نیز بدهید. حتی می توانید از آشنایان خودتان انتظارات بیشتری داشته باشید. این فرم را در جمع اقوام، دوستان، همسایه ها، همکاران، هم چراغ ها یا پرسنل خودتان پخش کنید و از آن ها 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. می توانید از این روش خیلی سریع نتایج خوبی بگیرید.



حتما فرم معرفي مشتري را به آشنايان خود نيز بدهيد و از آن ها بخواهيد که چند نفر از آشنايان خود را به شما معرفي کنند. مي توانيد از اين روش خيلي سريع نتايج خوبي بگيريد.

#### 4- جذب مشتري و فروش از طريق ارتباطات

به دنبال ارتباطات جديد باشيد. در سمینارها و گردهمایی هایی که مشتریان هدف شما حضور دارند شرکت کنید. افراد دارای نفوذ و کسانی که ارتباط آن ها می تواند برای شما ثمره خوبی داشته باشد را لیست کرده و ارتباط با آن ها را در لیست کارهای خود قرار دهید. به مکان هایی بروید که این افراد حضور دارند، مانند رستوران، کافی شاپ و مکان های تفریحی و با آن ها ارتباط برقرار کنید. یکی از اصلی ترین وظایف شما به عنوان مدیر این است که در حوزه [مدیریت منابع انسانی](#) کارمندان را به ایجاد ارتباطات جدید عادت بدهید.

#### 5- فروش به افراد مهم

خیلی از کسب و کارها در یک صنعت خاص، از افراد مهم در آن صنعت تاثیر می گیرند. بنابراین اگر شما به یک فرد مهم محصول و خدمات خود را بفروشید، مسلما راحت تر می توانید به افراد دیگر که

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



در آن صنعت فعاليت مي کنند بفروشيد. پس افراد شاخص را پيدا کنيد و محصول خود را با شرايط خاص و قيمت خوب حتي بدون سود بفروشيد و از فروختن به اين افراد براي فروختن به سايرين استفاده کنيد.

البته صرفا افراد مهم، افراد شاخص آن صنعت نيستند و شما مي توانيد به افراد مشهور نيز بفروشيد. فروختن به افراد مشهور و شاخص شهر يا حتي کشور مي تواند باعث افزايش فروش شما شود. به روش فروش به افراد مهم و مشهور اصطلاحا تکنیک تنگ ماهی گفته می شود، يعني انگار شما اين افراد را در يك تنگ بلورين قرار داده و به نمايش مي گذاريد تا توجه بقيه به آن ها جلب شود.

## 6- حضور در بانک های اطلاعاتی

خيلي ها براي اين که کسب و کار شما و امثال شما را پيدا کنند، به [بانک های اطلاعاتی](#) مراجعه مي کنند. بانک های اطلاعاتی مانند دایرکتوری ها، 118، وب سايت های مربوط به تخصصتان و ... . بانک های اطلاعاتی را مرتبا آپديت کنيد و در آن ها حضور داشته باشيد.

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





## 7- فروش از طريق تماس رضايت با مشتريان فعلي

با **مشتريان فعلي** كه محصول خود را به آنها فروخته ايد تماس بگيريد و رضايت او را جويآ شويد. در صورت امكان خدمات پس از فروش به او ارائه دهيد و محصولي كه در اختيار مشتري است را بازبيني كنيد. اين كار باعث درخواست هاي مجدد و **افزايش وفاداري مشتري** و جذب مشتريان ديگر مي شود و حجم فروش به طور قابل ملاحظه اي افزايش مي يابد.

## 8- قانون يك متر

از امروز تلاش كنيد تا با هر كسي در فاصله يك متري شما قرار گرفت، ارتباط برقرار كنيد و اين ارتباط را به سمت فروختن بگشانيد. مثلا با كارمند بانك، افرادي كه در صف نانوآيي کنار شما ايستاده اند، پدري كه فرزندش با فرزند شما هم بازي است و خيلي موقعيت هاي ديگر كه مي توانيد از ان ها به نفع بهبود فروش خود استفاده كنيد.

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

