



افزایش فروش از طریق مشتریان فعلی



مشتریان فعلی و ارتباطات، راهی آسان و بدون هزینه برای فروش موفق

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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

فروش از طريق **مشترين فعلي** و ارتباطات، يكي از روش هاي **افزايش فروش** است كه بسيار كم هزينه يا بدون هزينه بوده و بايد جزو اولويت هاي اوليه فروش شما باشد. در اين مقاله با انواع روش هاي ارتباطي با **مشترين فعلي** كه به بهبود فروش شما كمك مي كنند كاملا آشنا مي شويد و ياد مي گيريد بدون اين كه مشرتري جديد جذب كنيد، فقط از طريق **مشترين فعلي** **current customers** كه داريد فروشتان را بيشتر كنيد .

بازاريابي براي مشترين فعلي نه تنها فروش را افزايش مي دهد، بلكه ارزش طول عمر مشرتري را نيز افزايش مي دهد و به شما در دستيابي به بازگشت سرمايه بهتر كمك مي كند. راه هاي زيادي براي افزايش فروش به مشترين فعلي از طريق وب سايت، رسانه هاي اجتماعي و حتي همگام سازي ليست هاي محلي براي بهبود ترافيك مشترين محلي وجود دارد. فروش بيشتر و نتايج بهتر مي خواهيد؟ پس با **گروه اقيانوس آبي** همراه باشيد.

۱. معرفي مشرتري از مشترين فعلي

تبليغ كردن فعاليتي هزينه بر است، پس اگر روشي كم هزينه تر و مؤثرتر براي دست يافتن به كساني كه به محصول ما نياز دارند وجود داشته باشد همه ما ترجيح مي دهيم از آن روش استفاده كنيم. حال اين روش چيست؟ از جمله راهكارهاي فروش موفق، **معرفي مشرتري از سمت مشترين فعلي** است.

همين امروز “فرم معرفي مشترين” را طراحي كنيد و به مشترين فعلي كه در حال حاضر از شما خريد مي كنند، يا مشتريني كه قبلا از شما خريد كردند و يا كساني كه مشترين دائم شما هستند فرم معرفي مشرتري بدهيد و از آن ها بخواهيد تا فرم را براي شما پر كنند و حداقل پنج نفر را به شما معرفي كنند.

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

مشکلی که این روش دارد این است که برخی کسب و کارها از نوع B2B و بازرگانی هستند و مشتریان فعلیشان نمی‌خواهند که رقیبشان محصولات و خدمات شما را داشته باشند. بسیاری دیگر نیز از این که شما در منطقه آن‌ها با شخص دیگری کار کنید استقبال نمی‌کنند. اما ممکن است آن‌ها کسانی را بشناسند که در شهر دیگر یا خارج از منطقه آن‌ها کار می‌کنند و هیچ مشکلی با معرفی آن‌ها به شما نداشته باشند.



همین امروز "فر
را طراحی کنید و
مشتریانی که ق
و کسانی که من
هستند فرم مع



۲. تبدیل مشتریان گذشته به مشتریان فعلی

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

ممکن است مشتریانی داشته باشید که با شما قطع همکاری کرده‌اند. لیستی از این نوع مشتریان را از طریق فاکتورها، سیستم حسابداری، تماس‌های ضبط‌شده و بانک اطلاعاتی که از قبل داشته‌اید تهیه کنید، با آن‌ها تماس بگیرید و علت قطع همکاری را جویا شوید.

سپس عارضه‌یابی کنید و دوباره به آن‌ها 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، می‌توانید از آن‌ها بخواهید که فرم معرفی مشتریان را پر کرده و برای شما ارسال کنند، چرا که آن‌ها از قبل از شما خرید کرده‌اند و اعتمادشان نسبت به محصول شما جلب شده است.

۳. معرفی مشتری از آشنایان

حتما فرم معرفی مشتری را به آشنایان خود نیز بدهید. حتی می‌توانید از آشنایان خودتان انتظارات بیشتری داشته باشید.

این فرم را در جمع اقوام، دوستان، همسایه‌ها، همکاران، هم‌چراغ‌ها 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 رابطه‌ی که با این افراد دارند و اطلاعات تماس را بنویسند. می‌توانید از این روش خیلی سریع نتایج خوبی بگیرید.

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



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

اقيانوس آبي
آغاز زندگي، حرفه‌اي، يك برند ...

۴. جذب مشتري و فروش از طريق ارتباطات

به دنبال ارتباطات جديد باشيد. در سمينارها و گردهمايي‌هايي كه مشتريان هدف شما حضور دارند شركت كنيد. افراد داراي نفوذ و كساني كه ارتباط آن ها مي تواند براي شما ثمره خوبي داشته باشد را ليست کرده و ارتباط با آن ها را در ليست كارهاي خود قرار دهيد.

به مكان‌هايي برويد كه اين افراد حضور دارند، مانند رستوران، كافي شاپ و مكان هاي تفريحي و با آن ها ارتباط برقرار كنيد. يكي از اصلي ترين وظيفه شما به عنوان مدير اين است كه در

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

حوزه **مدیریت منابع انسانی** کارمندان را به ایجاد ارتباطات جدید عادت بدهید. در ادامه با **مجله اقیانوس آبی** همراه باشید.

۵. فروش به افراد مهم

خیلی از کسب و کارها در یک صنعت خاص، از افراد مهم در آن صنعت تاثیر می‌گیرند. بنابراین اگر شما به یک فرد مهم محصول و خدمات خود را بفروشید، مسلماً راحت‌تر می‌توانید به افراد دیگر که در آن صنعت فعالیت می‌کنند 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 سایرین استفاده کنید. البته صرفاً افراد مهم، افراد شاخص آن صنعت نیستند و شما می‌توانید به افراد مشهور نیز بفروشید. فروختن به افراد مشهور و شاخص شهر یا حتی کشور می‌تواند باعث افزایش فروش شما شود.

به روش فروش به افراد مهم و مشهور اصطلاحاً تکنیک تنگ ماهی گفته می‌شود، یعنی انگار شما این افراد را در یک تنگ بلورین قرار داده و به نمایش می‌گذارید تا توجه بقیه به آن‌ها جلب شود.

۶. حضور در بانک‌های اطلاعاتی

خیلی‌ها برای این که کسب و کار شما و امثال شما را پیدا کنند، به **بانک‌های اطلاعاتی** مراجعه می‌کنند. بانک‌های اطلاعاتی مانند دایرکتوری‌ها، ۱۱۸، وب سایت‌های مربوط به تخصص‌تان و بانک‌های اطلاعاتی را مرتباً به روزرسانی کنید و در آن‌ها حضور داشته باشید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به **اقيانوس آبی** سر بزنید.



خيلي ها براي اين كه كسب و كار شما و امثال شما را پيدا كنند، به بانك هاي اطلاعاتي مراجعه مي كنند. بانك هاي اطلاعاتي مانند دايركتوري ها، ۱۱۸ و بانك هاي اطلاعاتي را مرتبا آپديت كنيد و در آن ها حضور داشته باشيد.



۷. فروش از طريق تماس رضاييت با مشتريان فعلي

با **مشتريان فعلي** كه محصول خود را به آن ها فروخته ايد تماس بگيريد و رضاييت 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.

۸. قانون يك متر

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

از امروز تلاش كنيد تا با هر كسي در فاصله يك متری شما قرار گرفت، ارتباط برقرار كنيد و اين ارتباط را به سمت فروختن بكشانيد. مثلا با كارمند بانك، افرادی كه در صف نانوایی کنار شما ايستاده‌اند، پدري كه فرزندش با فرزند شما هم بازی است و خیلی موقعیت‌های ديگر كه می‌توانيد از آن‌ها به نفع بهبود فروش خود استفاده كنيد.