

به نام خدا

هیچ رمز و رازی در کار نیست . هیچ چیزی هم ارزان، شانسی و اتفاقی به دست نمی آید . عملکرد موفق ترین و قدرتمند ترین شرکت های تولیدی و خدماتی داخل و خارج از کشور را که بررسی کنیم، متوجه می شویم آنهایی که گوی و میدان را از رقبا ربوده اند بیشتر فکر کرده اند ، بیشتر برنامه ریزی داشته اند و منظم عمل کرده اند و شاید در یک گام بیشتر به فکر مشتری بوده اند .

در واقع اصل اولیه برای این افراد جلب اعتماد مشتری است. آنها نیاز مشتری را می شناسند و با محصولات یا خدمات خود آن نیاز را به سرعت و به گونه ای حرفه ای بر آورد می کنند . در این میان خلاقیت و نو آوری فاکتوری است که آنها همیشه مد نظر دارند و برای هر کاری که انجام می دهند نیز همیشه دلیلی محکم و م شتری پسندی دارند. در واقع ایجاد اطمینان در مشتری و جلب اعتماد او سخت ترین کار برای کسانی است که کالا یا خدماتی را برای عرضه در بازار ارائه می دهند . چرا که پیش از هر اقدامی در خصوص جلب مشتری، باید درباره اش فکر کرد و سپس از تعیین استراتژی، تکنیک ها و تاکتیک هایی را آزمود و در نهایت با برخورداری از یک ثبات رویه آن را به اجرا گذاشت .

به این ترتیب امروزه در دنیای کسب و کار اصلی ترین عنصر مشتری اس ت. تحقق اصل رضایت مشتری یا به عبارت دیگر موفقیت در کسب و کار بر اساس اعتقاد و درک سخن (همیشه حق با مشتری است) و همچنین التزام عملی به اصل مشتری مداری است . در حقیقت فهم و ارائه پاسخ مناسب به پرسش مهم ، مشتری چه می خواهد؟ یکی از بنیادی ترین گامها در راستای رسیدن به موفقیت است .

البته جلب اعتماد مشتری راههای مختلفی دارد با توجه به نوع کالا یا خدماتی که ارائه می شود، می توان استراتژیهای متفاوتی را بکار برد. اما یکسری از کارها نیز وجود دارند که به نوع کالا یا خدمات ارائه شد بستگی ندارند و جزو اصول ایجاد اطمینان در مشتری و جلب اعتماد او به شمار می روند در این میان نباید فراموش کنید که مهم نیست شما چه محصولاتی را عرضه کنید، اگر شما زمینه های لازم را ب رای فروش مناسب کالای خود فراهم نکنید، زمان زیادی در کسب و کار خود دوام نخواهید آورد .

بر همین اساس گروه تجاری شایان در راستای ارائه خدمات مناسب در جهت عرضه دستمال و حوله های میکروفایبر افتخار دارد نتیجه پژوهش ها و تجربیات خ ود را با شما مشتریان و بازاریان عزیز در میان گذارد امید است با به کار بستن روش ها و متد های پیشنهادی کامی سریعتر و بهتر در زمینه کسب و کار و حرفه خود بردارید . به یاد داشته باشید روش های زیر در عمل اجرا شده و بسیاری از آنها بهره مند گردیده اند ، ممکن است در ابتدا اجرای آنها را دشوار و یا ناممکن بدانید ولی کم کم شروع نمایید تا به آن عادت کرده و سر لوحه کارتان شود . در این نوشته راهکارهای ما در ۴ بند ارائه می شود تا مدیریت ارتباط با

مشتری را در فروشگاه شما بهبود بخشیم همه می دانیم که مدیریت ارتباط با مشتری به همه فرآیندها و فناوری‌هایی گفته می‌شود که برای جذب مشتری و شناسایی، ترغیب، گسترش، حفظ و ارائه خدمت بهتر به مشتریان به کار می‌رود.

۱ جذب مشتری:

با رفتاری قدرشناسانه و حاکمی از سپاسگزاری کار و فروش خود را آغاز کنید، تلاش کنید افرادی را که با شما کار می‌کنند آموزش دهید، قضاوت نکنید، همه مشتریان را بهترین فرض کنید و با دید خوشبینانه با آنها رفتار نمایید، به آینه‌نگاهی بیندازید، سعی کنید از نظر ظاهری آراسته و مناسب باشید، ظاهر محیط خود را ارزیابی کنید اگر احساس می‌کنید که مکان شما مناسب مشتریانتان نیست آن را تغییر دهید، سعی کنید حداقل امکانات رفاهی مانند صندلی راحت برای نشستن، وسایل پذیرایی (آب سرد، چای، دستمال کاغذی و ...) در دسترس مشتریان باشد.

نقش یک پژوهشگر را بازی کنید سعی کنید روحیه مشتری خود را ارزیابی کرده و متناسب با شرایط خاص او به ارایه اطلاعات کالای خود بپردازید اگر احساس می‌کنید که مشتری شما حال و حوصله گوش دادن زیاد ندارد سریعاً گفته‌های خود را جمع بندی کرده و سر ایشان را درد نیاورید و اگر با حوصله است و تمایلی برای گوش دادن گفته‌های شما را دارد جزئیات بیشتری از کالا را با او در میان بگذارید. سعی کنید به سؤالات مشتری در کمال ادب پاسخ دهید و اگر سؤال نامربوط و غیر حرفه‌ای پرسید ناراحت نشوید و سعی کنید سؤال او را در کمال سادگی و صداقت تصحیح نمایید. هیچگاه اطلاعات و گفته‌های مشتری خود را بی ارزش شمارید و او را مسخره نکنید بهترین روش در این باره این است که شما بگویید: "من تا به حال چنین چیزی را نشنیده‌ام".

۲- فروش رقابتی:

موفقیت‌های خود را به آگاهی عموم برسانید، در جریان نظرها و درخواست‌های تازه تجاری قرار بگیرید، هر برگه، نوشته و یا مطلبی که در رابطه به محصول شماست را مورد توجه قرار دهید، از تکنولوژیهای نوین ارتباطی بهره‌مند گردید استفاده از سایت اینترنتی، ای‌میل، ارسال تبلیغات با "اس ام اس"، تماس تلفنی، در این باره می‌تواند به شما کمک کند.

فقط به ارائه کارت ویزیت اکتفا نکنید در تبلیغات خالق تصاویر و تصورها باشید، تلاش خود را برای شناختن مشتریهای دست اول به کار گیرید لازم است به آنها امتیازاتی در خور زحماتشان بدهید. محصولاتتان را در نمایشگاه و یا ویتترین مغازه‌تان به شیوه‌ای مناسب با نورپردازی زیبا به نمایش بگذارید، نمایشگاه‌های کوچک و بزرگ تجاری را که در ارتباط با شغل و حرفه شماست مورد ارزیابی قرار دهید به نشر نوشته‌ها در باره محصولاتتان و امتیازاتی که به مشتریان خواهید داد، مبادرت ورزید به مشتریان بالقوه خود آموزش دهید به یاد داشته باشید موفقیت مشتریان شما، موفقیت شما هم هست کارکنان خود

را خوب تربیت کنید کمترین برخورد نامناسب آنان را با مشتریان رصد کرده و با احترام آن را گوشزد نمایید تا تکرار نشود.

سو شهرت خود را بهبود بخشید به یاد داشته بسیاری از گفته ها و رفتارهای خود را شاید فراموش کرده باشد ولی مشتریان آنها را به یاد دارند ، در صورت امکان سعی کنید سو برداشت ها و دلخوری ها را به شیوه ای مناسب ترمیم نمایید تا اعتماد مشتریان به شما افزایش یابد ، نشان دهید که برای شما رضایت مشتری اهمیت دارد به قول ها و گفته های بیان شده به مشتری یان پایبند باشید . اهدای پاداش برای جذب مشتری بسیار ضروری است سعی کنید با بهره گیری روش های منظم ، مشخص به این کار مبادرت کنید و تا حد امکان آنرا مکتوب به مشتریان عرضه کنید تا آنان فرصت برنامه ریزی داشته و بتواند بر اساس آن فروششان را بهبود بخشند.

۳- دعوت و ایجاد انگیزه

به مشتری دائمی خود دفترچه تخفیف بدهید و براساس میزان فعالیت و زحماتشان آنان را دسته بندی کرده و به آنان امتیاز بدهید ، با نامه ، ای میل ، اس ام اس و ... مشتریان خود را پیدا کنید . فهرستی از مشتریان احتمالی ترتیب داده ، شماره های تماس با مشتریانتان را به گونه ای منظم و مشخص یادداشت نمایید .

حفظ مشتریان تازه وارد را سر لوحه کار خود قرار دهید و سعی کنید هر روز بر تعداد آنان اضافه کنید انتظارات مشتریان را در حد امکان برآورده کنید ، محصولات خود را با بسته بندی عالی عرضه کنید و فکر کاهش کیفیت و عرضه کالاهای تقلبی مشابه را از ذهنتان دور کنید این کار به کسب شما آسیب جدی می زند ، اطلاع رسانی قوی داشته باشید سرعت کار خود را افزایش دهید به یاد داشته باشید در این زمانه سریعتر ها در بسیاری از مواقع موفق ترند.

بعد از محاسبه دقیق قیمت تمام شده کالا سودی مابین ۱۲ الی ۱۵ درصد برای خود محاسبه نمایید . به شدت از تخفیف های خود سرانه و غیر نظامند بپرهیزید ، این کار موفقیت شما را کاهش داده و الکی بودن محاسبات شما را در تعیین قیمت کالا به مشتریانانتان القا می کند به یاد داشته باشید به هدیه هایی که به مشتریانانتان مید دهید نام "تخفیف" ندهید و این کار را به احترام به مشتریان ربط دهید.

۴- تسهیلات و خدمات پس از فروش:

تسهیلات و خدمات پس از فروش بدهید و آن را منظم و نظامند ارائه دهید بهانه جویی در ارائه خدمات پس از فروش مشتریان را فراری می دهد و کار شما را بی نتیجه می کند نقاطی را که محل برخورد و تقابل شما و محصولاتتان با مشتری است را بشناسید و آنرا بهبود بخشید . نیازهای مشتری را پیش بینی کنید تلاش کنید مشتریان احساس کنند در خانه خودشان هستند ، قیمت ها را مقطوع کنید تمام

پیشنهادهای و انتقادهای را بپذیرا باشید از دفتر کارتان برای مشتریان خود محیطی دوستانه بسازید عفت کلام داشته باشید و از به کار بردن الفاظی که شایسته مشتریان نیست استفاده نکنید .

برای ایجاد شبکه ارتباطی از مشتریان قدیمی خود کمک بگیرید کاری کنید مشتریانانتان برای شما تبلیغ کنند ، به سخنران مشتریان که نتوانسته اید جلبشان کنید گوش دهید از دست دادن مشتریان پرفیس و افلاده را شکست تلقی نکنید در زمانی که مرتکب خطایی شدید پوزش بخواهید و برای مشتریانانتان توضیح دهید که برایش چه کار کرده اید و این پرسش شگفت انگیز را که " برایتان چه خدمتی می توانم انجام دهم تا در حل مشکل به شما کمک کرده باشم " را از مشتریانانتان بپرسید و

دوست عزیز شما هم با عرضه تجربیات خود کامل کننده این نوشته باشید و با ویرایش ادبی و مفهومی آن به رونق کسب و کار در بانه کمک کنید / ارادتمند ناصر جعفری ۱۳۹۰/۴/۸
