

روش‌های اصلی جذب مشتری و افزایش فروش (راهنمای کامل)

خلاصه مقاله: راهکارهای جذب مشتری و افزایش فروش برای اینکه مشتریان محصولات یا خدمات شما را خریداری کنند، باید عمیقاً مشکلات مشتری را درک کنید و در مرحله بعد یک راه‌حل آسان به آنها ارائه دهید. محصول یا خدمات خود را به عنوان یک راه‌حل برای یک مشکل خاص آن‌ها معرفی کنید...

۵ دقیقه
زمان مطالعه

۱۴۰۴/۰۹/۲۳
آخرین بروز رسانی

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا



جستجو

فهرست مطالب

راهکارهای جذب مشتری و افزایش فروش

هزینه جذب مشتری (CAC) چیست؟

اشتراک گذاری

راهکارهای جذب مشتری و افزایش فروش

برای اینکه مشتریان محصولات یا خدمات شما را خریداری کنند، باید عمیقاً مشکلات مشتری را درک کنید و در مرحله بعد یک راه‌حل آسان به آنها ارائه دهید. محصول یا خدمات خود را به عنوان یک راه‌حل برای یک مشکل خاص آن‌ها معرفی کنید و تضمین کنید محصول شما تجربه‌ی آنان را بهبود خواهد داد.

استراتژی‌های زیر به شما کمک می‌کند تا از نظر احساسی با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید و مشتریان بیشتری جذب کنید.

مشتریان مناسب را هدف بگیرید.

قبل از این که استراتژی‌های بازاریابی خود را اجرا کنید باید مخاطبان هدف‌تان را به‌خوبی بشناسید. باید از نیازها، علایق و دیدگاه‌های آن‌ها آگاهی داشته باشید تا بتوانید پیام‌های بازاریابی را متناسب با خواسته‌ها آن‌ها تنظیم کنید و مشکلاتشان را هدف قرار دهید.

می‌توانید از روش‌هایی مثل نظرسنجی، تحلیل داده‌ها در نرم‌افزارهای مدیریت مشتری و یا شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید تا بتوانید دغدغه‌ها، ترجیحات و رفتار مخاطبان‌تان را بهتر بفهمید. علاوه بر این، مشتریان فعلی شما منبع ارزشمندی برای هدایت شما در بهبود محصولات یا خدمات‌تان هستند.

بر مزایای محصول تکیه کنید.

مشتریان به محصول شما علاقه‌مند نیستند بلکه آنها به این موضوع علاقه‌مندند که چگونه این محصول به حل مشکلاتشان کمک می‌کند. به جای اینکه بفشاری کنید که محصول شما خوب یا با کیفیت است، بگویید این محصول چه مشکلی را حل می‌کند.

از کلمات ساده اما ملموس استفاده کنید، تجربه‌ی مشتریان دیگر را ذکر کنید، آمار را نمایش دهید و نتیجه اصلی که مشتریان از استفاده از محصول شما انتظار دارند، تضمین کنید. اگر امکان آن وجود دارد، به مشتریان اجازه دهید قبل از خرید محصول را امتحان کنند تا شما ارزش آن را درک کنند.

مشتریان را تشویق کنید.

ارائه مشوق‌ها یک استراتژی اثبات شده برای جذب مشتریان جدید و افزایش فروش است. با ارائه تخفیف‌ها یا پیشنهادات ویژه، می‌توانید مشتریان را تحت تأثیر قرار دهید. مثلاً تخفیف شخصی‌سازی‌شده، راه قدرتمندی برای برقراری ارتباط عاطفی با مشتریان و تأثیرگذاری بر رفتار خرید آنها هستند (مثل تخفیف به مناسبت سالگرد تولد). برای حداکثر تأثیرگذاری، تخفیف‌ها یا برنامه‌هایی متناسب با ترجیحات و سابقه خرید مشتریان را در نظر بگیرید.

مشتریان قدیمی را دوباره جذب کنید.

جذب مشتریان جدید برای رشد کسب و کار ضروری است، اما مشتریان فعلی برای افزایش فروش، مثل یک گنجینه طلا هستند. این افراد قبلاً محصولات یا خدمات شما را خریداری کرده‌اند و برای خرید مجدد، تنها احتیاج به کمی انگیزه دارند. بنابراین یکی از بهترین روش‌های جذب مشتری برای فروش بیشتر، رجوع به مشتریان قبلی است.

بعد از این که مشتری خریدی انجام می‌دهد، از طریق کانال‌های مختلف با آنها تعامل و ارتباط برقرار کنید. با آنها تماس بگیرید، در مورد تجربه آنها سوال بازخورد بگیرید. نشان دادن حس قدردانی از این طریق باعث می‌شود مشتریان احساس ارزشمندی کنند و تمایل بیشتری به وفاداری به برند شما پیدا کنند. تنظیم برنامه‌های وفاداری از طریق سیستم امتیازدهی و پاداش در نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری، راه‌حل هوشمندانه‌ای است که کاربران را تشویق به تکرار خرید می‌کند.

از استراتژی‌های پیش‌فروشی و فروش مکمل استفاده کنید.

فروش مکمل با ارائه پیشنهادات یا توصیه‌های شخصی‌سازی‌شده بر اساس ترجیحات خرید مشتریان، آنها را به خرید اقلام اضافی تشویق می‌کند.

بیش‌فروشی، مشتریان را به خرید محصولات مشابه اما باکیفیت‌تر و با قیمت بالاتر تشویق می‌کند.

فروش تکمیلی و بیش‌فروشی به شما کمک می‌کند تا محصولات پربازدید یا پرفروش خود را تبلیغ کنید. هدف این است که بفهمید مشتریان چه می‌خواهند تا بتوانید محصولاتی با ارزش بالا یا اقلام اضافی مورد نیاز آنها را توصیه کنید.

پیشنهاد ویژه

نرم‌افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM



وبسایت خود را بهینه کنید.

وبسایت شما اساساً ویترین دیجیتال و اولین برداشت مشتریان آنلاین از شماست. اگر وبسایت در حد مطلوب نباشد، مشتریان بالقوه برند شما را به اندازه کافی حرفه‌ای نمی‌بینند تا از آن خرید کنند.

- اولین قدم برای بهینه‌سازی سایت شما این است که مطمئن شوید همه می‌توانند به راحتی از آن استفاده کنند. یعنی طراحی دکمه‌ها، فیلدها و باکس‌ها باید به گونه‌ای باشد که درک آن برای همه آسان باشد. محتوا باید به سادگی و صحیح نوشته شده باشند. همچنین باید مطمئن شوید که وبسایت شما به سرعت بارگیری می‌شود.
- در مرحله بعد، باید مطمئن شوید که وبسایت شما با در نظر گرفتن اصول سئو طراحی شده است. استفاده از کلمات کلیدی مناسب، داشتن هدینگ‌های مرتبط و توضیحات متا صحیح در بهینه‌سازی موتورهای جستجو و جو به شما کمک می‌کند تا در صفحات نتایج موتور جستجو رتبه بالاتری داشته باشد و مشتریان بیشتری جذب کنید.
- فراموش نکنید، هر صفحه در وبسایت شما باید یک فراخوان یا کال تو اکشن واضح داشته باشد. می‌توانید علاوه بر خرید، مشتریان را به عضویت در خبرنامه، درخواست مشاوره یا دانلود یک مقاله مفید، دعوت کنید.

از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید.

رسانه‌های اجتماعی راهی قدرتمند برای ارتباط با مخاطبان بالقوه و برجسته کردن محصولات یا خدمات شما هستند. پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و یوتیوب به شما این امکان را می‌دهند که محتوای مرتبط و جذاب به اشتراک بگذارید و در مورد محصولات یا خدمات خود کنجکاوی و علاقه ایجاد کنید. با به اشتراک گذاشتن منظم محتوای باکیفیت می‌توانید مشتریان را به بازدید از وبسایت برای کسب اطلاعات بیشتر جذب کنید.

پست کردن منظم، محتوای بصری و کپشن‌های جذاب، هشتگ‌های مرتبط، طراحی مسابقات و جوایز، همکاری با اینفلوئنسرهای شبکه‌های اجتماعی به شناخته شدن برند شما کمک می‌کند.

بیشتر بخوانید

کسب درآمد میلیونی با همکاری در فروش دیجی کالا | آموزش کامل ۱۴۰۴ - اوج ایرانی

هزینه جذب مشتری (CAC) چیست؟

هزینه جذب مشتری یا *Customer Acquisition Cost* نشان دهنده این است که یک سازمان برای به دست آوردن هر مشتری و مقاعد کردن او به خرید یک محصول یا استفاده از یک خدمت چقدر باید هزینه کند. هزینه جذب مشتری به عنوان یکی از شاخص‌های مهم در کسب‌وکار شامل مجموع هزینه‌های فروش و بازاریابی و همچنین هزینه‌های پنهان مربوط به تجهیزات لازم است.

هزینه‌ی جذب مشتری به صورت (هزینه‌های انجام شده تقسیم بر تعداد مشتریان) محاسبه می‌شود.

چگونه با هزینه‌ی کمتر مشتری جذب کنیم؟

- تولید محتوای ارزشمند مانند مقالات، ویدیوها و پست‌های شبکه اجتماعی می‌تواند به جذب مشتری با هزینه کمتر نسبت به تبلیغات مستقیم کمک کند.
- سئو و بهینه‌سازی موتورهای جستجو با ترافیک ارگانیک از طریق گوگل یکی از کم‌هزینه‌ترین راه‌های جذب مخاطب است.
- استفاده از ابزارهایی مثل CRM می‌تواند با شناخت و تقسیم‌بندی صحیح مشتریان، فرآیند جذب مشتری را با هزینه کمتری انجام دهد. تعرفه سی آر ام ایرانی را بررسی کنید تا از تناسب قیمت این نرم‌افزار با بودجه خود مطمئن شوید و با خیال راحت آن را خریداری کنید.
- هر چه مشتریان بیشتری را حفظ کنید، آن‌ها دوباره خرید می‌کنند و به مشتریان جدید کمتری نیاز پیدا می‌کنند. به این ترتیب هزینه جذب کلی کاهش می‌یابد.
- اندازه‌گیری دقیق CAC برای هر کانال بازاریابی مانند گوگل، اینستاگرام، ایمیل، همکاری با اینفلوئنسرها و... به شما کمک می‌کند تا کانال‌های مؤثرتر را حفظ و بقیه را حذف یا بهینه‌سازی کنید.

دریافت PDF

دانلود PDF

بی دی اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

صبا ضعیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه‌مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده‌سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه‌ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای که در این راه همراهم شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

• comments on "روش‌های اصولی جذب مشتری و افزایش فروش (راهنمای کامل)"

۹۱

نسیم تیریزی ۱ سال قبل

تکنیک‌هایی برای حفظ مشتریان سابق هم میشه بگین؟

پاسخ

۶۳

رحیم علی آبادی ۱ سال قبل

آیا سی ارم اوج ایرانی دارای پشتیبانی هست؟ و اگر نه، مدت زمان پشتیبانی آن چقدر است؟

پاسخ

دیدگاهتان را بنویسید

ایمیل

نام



اشتراک گذاری

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

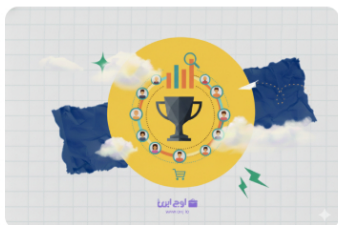
عضویت

دیدگاه *

□ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می‌نویسم.

فرستادن دیدگاه

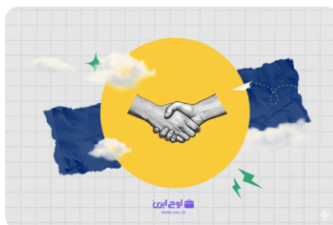
مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۹/۰۵

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن‌هایی که با رقابت زیاد روبه‌رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۹/۰۵

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حل برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه‌ی پاداش‌های متنوع تلاش می‌کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه‌های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۹/۰۹

نقش امتیازات و سطح‌بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح‌بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...



با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

ماژول‌ها و امکانات	CRM برای مشاغل	منابع و راهنما	شرکت	راه‌های ارتباطی
مخاطبین	شرکت های بیمه	مقالات	پشتیبانی	مشهد، دستقیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۱۳۴، طبقه ۲
معاملات	آژانس‌های مسافرتی	کتاب‌ها	تماس با ما	ایمیل: info@amootsoft.com
پشتیبانی	بنگاه‌های معاملاتی	ویدیوها	مشاوره رایگان	شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰
کارمندان	شرکت های بازرگانی	مقایسه‌ها	درباره اوج ابری	
ساعت کارکرد	رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها	قیمت نرم افزار crm	توافق نامه	
مدیریت فروش	سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی	چیت CRM	قوانین و مقررات	
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	

