

بررسی علل پشیمانی خریداری و تکنیک های جلوگیری از آن

خلاصه مقاله: پشیمانی خریدار چیست؟ پشیمانی خریدار احساسی است که پس از خرید یک کالا، به خصوص کالای گران قیمت، فرد را دچار تردید می کند. این پشیمانی اغلب با ترس یا استرس همراه است و باعث می شود خریدار ...



راه های جلوگیری از پشیمانی خریدار

۱۴۰۴/۱۰/۱۵
آخرین بروز رسانی

۵ دقیقه
زمان مطالعه

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا



جستجو

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

در دنیای مدیریت ارتباط با مشتریان، برای یک فروشنده هیچ چیز بیشتر از بستن یک معامله روی محصولی به خصوص گران، رضایتبخش نیست. از طرفی هیچ چیز ناخوشایندتر از روبرو شدن با موقعیت های ناگواری نیست که در آن، مشتری ناگهان دچار تردید شده و تصمیم می گیرد که خرید انجام شده اشتباه بوده است. ناگهان، رابطهای که ماه ها برای آن تلاش کرده اید، فرو می ریزد. شما کاملاً مطمئن بودید که مشتری از مزایای این خرید خاص برای زندگی شخصی یا حرفه ای خود آگاه است و آن را به طور کامل درک کرده است. با این حال، به طرز عجیبی، این احساس رضایت به طور کامل دگرگون شده است. بله، درست شنیدید. مشتری شما دچار "پشیمانی خریدار" شده است.

پشیمانی خریدار چیست؟

پشیمانی خریدار احساسی است که پس از خرید یک کالا، به خصوص کالای گران قیمت، فرد را دچار تردید می کند. این پشیمانی اغلب با ترس یا استرس همراه است و باعث می شود خریدار تمایل به بازگرداندن فوری محصول داشته باشد.

فرض کنید کالای جدیدی خریده اید و حالا احساس گناه می کنید و نوعی آشفتگی در معده تان دارید. درباره تصمیم خود شک می کنید و از خودتان می پرسید که آیا واقعاً به این کالا نیاز داشته اید؟ بعد از آن به دنبال راه هایی برای توجیه خرید یا حتی پس دادن کامل محصول می گردید.

این احساس لزوماً بد نیست و همه ما حداقل یک بار آن را تجربه کرده ایم، به خصوص بعد از خریدهای گران قیمت. با این حال، از دیدگاه کسب و کار، نادیده گرفتن یا رسیدگی نادرست به این موضوع می تواند عواقب ناگواری داشته باشد. به همین دلیل است که برای تبدیل مشتریان بالقوه به وفاداران برند، باید دلایل پشیمانی را درک کرده و فرآیند خرید را شفاف سازی کنید.

طبیعتاً، به عنوان یک مدیر یا کارمند بخش خدمات پس از فروش که برای حفظ اعتبار شرکت و البته شغل خود تلاش می کنید، پشیمانی خریدار باید بدترین کابوس شما باشد. با این حال، اهمیت ماجرا صرفاً به ارزش مالی مشتری محدود نمی شود. شما به مشتریان خود اهمیت می دهید و می خواهید تجربه ای عالی از خریدهای جدیدشان به دست آورند. همچنین، به شرکت خود و محصولات و خدمات آن اعتقاد دارید و می خواهید دیگران نیز به آن ها باور داشته باشند.



معرفی ۴ علت اصلی پشیمانی مشتری از خرید

- عدم دریافت اطلاعات کافی یا درست در زمان خرید
- دریافت محصولی که ارزش قیمتش را ندارد
- برآورده نشدن انتظارات مشتری
- عدم دریافت پاسخگویی به موقع

چگونه از پشیمانی بعد از خرید جلوگیری کنیم؟

پشیمانی خریدار معمولاً چند روز بعد از خرید بروز پیدا می کند. اگر به مشتریان خود اهمیت می دهید و می خواهید تجربه ای عالی از خرید بعدی برایشان رقم بزنید، می توانید با در نظر گرفتن نکات زیر مانع از بروز این حس ناخوشایند در آن ها شوید.

۱. ریشه یابی علت

اولین قدم برای کمک به مشتریان در جهت جلوگیری از پشیمانی بعد از خرید، درک علت آن است. از لحاظ روانشناسی، این حس اغلب زمانی به وجود می آید که فرد دچار تضاد عقیده شود. فرض کنید مشتری بعد از کلی بررسی اقدام به خرید می کند اما بعد از خرید دچار تردید می شود. این تردید می تواند ناشی از این باشد که مشتری احساس می کند اطلاعات کافی یا درستی در زمان خرید دریافت نکرده است.

برای جلوگیری از شکل گیری پشیمانی در ذهن مشتری، اطلاعات شفاف و کاملی در اختیار او قرار دهید و به او اطمینان دهید که هیچ چیز پنهانی در مورد محصول وجود ندارد. هنگامی که مشتری به صحت و درستی اطلاعات ارائه شده ایمان داشته باشد، می تواند تصمیم بهتری بگیرد. این کار نه تنها احتمال پشیمانی را کاهش می دهد بلکه باعث افزایش فروش شما نیز می شود.

۲. برای مشتریان خود ارزش قائل شوید.

مشتریان دوست دارند احساس کنند که برای شما مهم تر از صرفاً فروش یک محصول هستند. آن ها بر اساس قیمت و مزایای محصول تصمیم به خرید می گیرند. اگر شما بتوانید به مشتریان خود نشان دهید که شما به آن ها اهمیت می دهید و می خواهید آن ها بهترین تجربه را داشته باشند، آن ها به احتمال زیاد به شما وفادار خواهند ماند.

سرمایه‌پذیری، درستی‌سازید، مستحکم‌ترین، بهر سرایت، در سطح پیشین، سودمند، تصمیم‌پذیر، سطحی، مفید، تصمیم‌پذیر، در به، این‌ها، به‌ویژه، به‌پیشین، به‌در، و هله اول باعث پیشمانی‌شان نشود.

اگر محصولی که به آن‌ها تحویل می‌دهید ارزش قیمتش را نداشته باشد، ممکن است بلافاصله آن را برگشت دهند. سعی کنید رابطه‌ای عمیق با مشتریان خود بر اساس اعتماد و نه صرفاً یک خرید، ایجاد کنید. هنگامی که مشتری احساس کند منافع او برای شما اهمیت دارد، وفاداری او را جلب کرده و رابطه‌تان با او مستحکم‌تر می‌شود.

۳. انتظارات مشتری را برآورده کنید.

بهترین پاسخ به پشیمانی خریدار، برآورده کردن انتظارات مشتریان است. برای اطمینان از برآورده شدن انتظارات مشتری، به صورت شفاهی و کتبی برای او توضیح دهید که چه چیزی از شما دریافت خواهد کرد.

مهم‌ترین نکته این است که به مشتری وعده‌های دروغین ندهید. هیچ چیز بدتر از این نیست که انتظارات کسی را بالا ببرید و بعد او را ناامید کنید. سندی حاوی مراحل بعدی فرآیند فروش، نحوه صدور صورت‌حساب، نحوه عملکرد محصول برای مشتری یا نحوه مدیریت حساب کاربری او را ارائه دهید و به آنچه گفته‌اید عمل کنید. هنگامی که مشتری از برآورده شدن انتظاراتش توسط محصول اطمینان داشته باشد، احتمال ناامیدی او کاهش می‌یابد.

پیشنهاده ویژه

نرم‌افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.

شروع رایگان CRM

۴. پاسخگویی به موقع

امروزه، مشتریان می‌خواهند با صرف کمترین زمان، به تمام اطلاعات مرتبط دسترسی پیدا کنند. به لطف تکنولوژی موجود، اکنون برای مشتریان جمع‌آوری اطلاعات محصول یا برقراری ارتباط با کسب‌وکار آسان‌تر شده است. به همین دلیل، آن‌ها انتظار دارند ظرف یک ساعت به ایمیل‌شان پاسخ داده شود.

مشتریان اگر مجبور باشند زمان زیادی منتظر پاسخ بمانند، به احتمال زیاد شما آن‌ها را از دست داده‌اید. در چنین شرایطی، توصیه می‌کنیم یک بخش خدمات پس از فروش اختصاصی داشته باشید که بتواند ظرف چند دقیقه به پرسش‌های مشتریان پاسخ دهد. با ارائه پاسخ‌های به موقع، می‌توانید از پشیمانی بعد از خرید جلوگیری کرده و مشتریان بالقوه بیشتری جذب کنید.

۵. فراتر از انتظار عمل کنید.

اگر می‌خواهید احتمال پشیمانی مشتریان‌تان را کاهش دهید، شرکت شما باید فراتر از انتظارات عمل کند. شما می‌توانید ارزش افزوده‌ای را فراتر از آنچه در فرآیند خرید به مشتری وعده داده شده است، ارائه دهید. می‌توانید اسناد راهنما یا نسخه‌های نمایشی از محصول خود را در اختیار او قرار دهید. این اقدام می‌تواند به رضایت بیشتر مشتری و شکوفایی رابطه‌تان با او منجر شود.

بیشتر بخوانید

ساختن یک تجربه خرید عالی برای مشتریان - اوج ابری

نرم‌افزار CRM و جلوگیری از پشیمانی خریدار

نرم‌افزار CRM ایرانی می‌تواند به کسب و کارها با بهینه‌سازی، فرآیند فروش و خدمات پس از فروش، و همچنین ایجاد روابط قوی تر با مشتریان کمک کند.

برخی از روش‌های خاص که CRM می‌تواند به کاهش پشیمانی خریدار کمک کند عبارتند از...

- جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌های مشتری
- بهبود ارتباط با مشتری
- ارائه پشتیبانی مشتری بهتر
- شخصی‌سازی تجربه مشتری
- اتوماسیون وظایف

علاوه بر موارد ذکر شده در بالا، CRM می‌تواند به موارد زیر نیز کمک کند:

- شناسایی و حل سریع مشکلات مربوط به خدمات مشتری
- ارائه پیشنهادات و تخفیف‌های هدفمند به مشتریان
- تشویق مشتریان به ارائه بازخورد
- اندازه‌گیری اثربخشی کمپین‌های بازاریابی

با استفاده از CRM به طور موثر، کسب و کارها می‌توانند تجربه کلی مشتری را بهبود بخشند و احتمال پشیمانی خریدار را به طور قابل توجهی کاهش دهند.

دریافت PDF

پی‌دی‌اف این مقاله را می‌توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

دانلود PDF

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

نام *

ایمیل *

ایمیل شما

نام شما

دیدگاه *

نظر شما

فراستادن دیدگاه

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

فهرست مطالب

پشیمانی خریدار چیست؟

معرفی ۴ علت اصلی پشیمانی مشتری از خرید

چگونه از پشیمانی بعد از خرید جلوگیری کنیم؟

اشتراک گذاری

- ۹۳

هستی قارداشیان ۱ سال قبل

جالبه که با استفاده از نرم افزار CRM میشه از پشیمانی خریدار جلوگیری کرد! فکر نمی کردم در این زمینه هم بشه از سی ارام استفاده کرد.

پاسخ
- ۹۰

مهندس حمید پویان فر ۱ سال قبل

با احترام و تشکر از مقاله ارزشمند شما در مورد بررسی علل پشیمانی خریداری و تکنیک های جلوگیری از آن. این مقاله اطلاعات مفیدی را ارائه کرده است و به کسب و کارها کمک می کند تا از وضعیت پشیمان کننده پس از خرید مشتریان آگاه شوند و آنها را رفع کنند. با انرژی و موفقیت برای تیم اوج ابری.

پاسخ
- ۳۶

عطا امیرسلیمانی ۱ سال قبل

خدمات مشاوره CRM اوج ابری شامل چه مواردی است؟ آیا خدمات پس از فروش هم در این شرکت ارائه می شود؟ با تشکر

پاسخ
- ۹۱

صادق حشمتی ۱ سال قبل

نرم افزار سی ارام فوق العاده است. با این نرم افزار تونستم خیلی سریع و راحت مشکلات مربوط به خدمات مشتری هام رو شناسایی و رفع کنم. پیشنهاد میکنم تو کسب و کارتون حتما از crm استفاده کنید.

پاسخ
- ۱۶

زهره افشار ۱ سال قبل

سلام وقت بخیر
ممنون از مقاله ای که در اختیارمون گذاشتین. من به تازگی پوشاک آنلاین شاپ زدم روشهایی که گفتین خیلی به دردم خورد تونستم تو کارم ازتون استفاده کنم بازم تشکر.

پاسخ

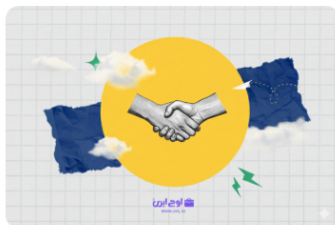
مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه ۵۹/۰۹/۱۴۰۴

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

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



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه ۵۹/۰۹/۱۴۰۴

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه ی پاداش های متنوع تلاش می کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه ۵۹/۰۹/۱۴۰۴

نقش امتیازات و سطح بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

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

با ما در شبکه های اجتماعی در ارتباط باشید.

راه های ارتباطی	شرکت	منابع و راهنما	CRM برای مشاغل	ماژول ها و امکانات
مشهد، دستقیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲	پشتیبانی	مقالات	شرکت های بیمه	مخاطبین
ایمیل: info@amootsoft.com	تماس با ما	کتاب ها	آژانس های مسافرتی	معاملات
شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰	مشاوره رایگان	ویدیوها	بنگاه های معاملاتی	پشتیبانی
	درباره اوج ابری	مقایسه ها	شرکت های بازرگانی	کارمندان

