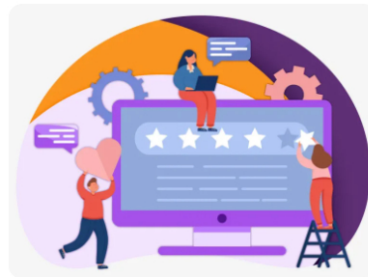


مشتریان وفادار چه کسانی هستند و چرا حضور آن‌ها برای کسب وکار اهمیت دارد؟

خلاصه مقاله: آن‌ها فعالانه به دنبال تامین‌کنندگان دیگری به غیر از شما نیستند. تمایل زیادی به ارجاع یک برند به خانواده و دوستان خود دارند. معمولاً به راحتی پذیرای پیشنهادات رقبای شما نیستند. برای دریافت اطلاعات ...

۱۴۰۴/۱۰/۱۷
آخرین بروز رسانی۶ دقیقه
زمان مطالعهصبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

جستجو

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

مشتری وفادار کسی است که از کسب و کار یا برند شما راضیست و تا زمانی که مشکلی رخ ندهد احتمالاً به معامله با شما ادامه خواهد داد. وفاداری نتیجه‌ی رضایت مشتری، تجربیات مثبت مشتری و ارزش کلی کالاها یا خدماتی است که مشتری از یک کسب و کار دریافت می‌کند. با مدیریت ارتباط با مشتریان می‌توان به طور مستقیم این معیار را در سازمان خود افزایش داد.

متأسفانه تحقیقات نشان می‌دهد که ۴۴ درصد از شرکت‌ها همچنان به جذب مشتری توجه می‌کنند، در حالی که تنها ۱۸ درصد از آن‌ها استراتژی‌هایی را با هدف افزایش حفظ مشتری اجرا می‌کنند.

وقتی مشتری به یک برند خاص وفادار باشد، به راحتی تحت تأثیر مزایای یا قیمت‌گذاری رقبای شما قرار نمی‌گیرد. این مشتریان مایلند تا زمانی که ممکن است، همان محصول یا خدمات با کیفیتی را که با آن آشنا هستند و دوست دارند، دریافت کنند و حتی حاضرند هزینه بیشتری نیز در ازای آن بپردازند. از دیگر ویژگی‌های یک مشتری وفادار می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- آن‌ها فعالانه به دنبال تامین‌کنندگان دیگری به غیر از شما نیستند.
- تمایل زیادی به ارجاع یک برند به خانواده و دوستان خود دارند.
- معمولاً به راحتی پذیرای پیشنهادات رقبای شما نیستند.
- برای دریافت اطلاعات درمورد سایر کالاها یا خدمات ارائه شده توسط شما مشتاق هستند.
- آن‌ها در هنگام بروز مشکلات و چالش‌ها شما را درک می‌کنند و برای رفع آن‌ها به شما اعتماد می‌کنند.
- در مورد اینکه چگونه می‌توانید محصولات یا خدمات خود را بهبود ببخشید، بازخورد ارائه می‌دهند.
- تا زمانی که نیاز باشد، به خرید از کسب و کار شما ادامه می‌دهند.

همه کسب و کارها باید برای بهبود وفاداری مشتریان تلاش کنند تا بتوانند مشتریان را به خرید تشویق کنند و آن‌ها را به سمتی هدایت کنند که برند را برای مخاطبان جدید نیز تبلیغ کنند. به عنوان مثال با بازاریابی ایمیلی، برندها می‌توانند روابط خود را با مشتریان فعلی تقویت کنند و به نوبه خود وفاداری را بهبود بخشند.



چرا وفاداری مشتری مهم است؟

وفاداری مشتری برای تمام کسب و کارها در هر اندازه‌ای ضروری است. متقاعد کردن مشتریانی که برای اولین بار با برند شما برخورد می‌کنند سخت‌تر است زیرا آن‌ها هیچ تجربه‌ای در مورد خدمات یا کالاهای ارائه‌شده توسط کسب و کار شما ندارند. به این ترتیب، برند به یک قیف بازاریابی جامع نیاز دارد تا آن‌ها را وادار به خرید کند. با این حال، مشتریانی که قبلاً از فروشگاه شما خرید کرده‌اند، برای خرید، راحت‌تر متقاعد می‌شوند، زیرا می‌دانند باید چه انتظاری داشته باشند.

در ادامه چند مورد از دلایل اهمیت وفاداری مشتری توضیح داده شده است:

مشتریان قدیمی بیشتر از مشتریانی که برای اولین بار خرید می‌کنند پول خرج می‌کنند. آن‌ها میانگین ارزش سفارش بالاتری دارند که به طور مستقیم با مدت زمان معامله با یک کسب و کار افزایش می‌یابد.

مشتریان وفادار نرخ تبدیل بالاتری دارند. نرخ تبدیل مشتریان فعلی بسیار بالاتر از مشتریان جدید است. میانگین نرخ تبدیل یک مشتری وفادار ۶۰٪ تا ۷۰٪ است در حالی که نرخ تبدیل یک مشتری جدید ۵٪ تا ۲۰٪ است.

باعث افزایش سود می‌شوند. برای بهره‌مندی از سود بیشتر، برندها باید وفاداری مشتری را تقویت کنند. زمانی که نرخ حفظ مشتری تنها ۵ درصد افزایش یابد، سود کسب و کار ۲۵٪ تا ۹۵٪ افزایش می‌یابد.

حفظ مشتری، فعل، از به دست آوردن، مشت، جدید است. نگه داشتن، یک مشت، فعل، از داشتن، مشت، جدید است. مطالعات

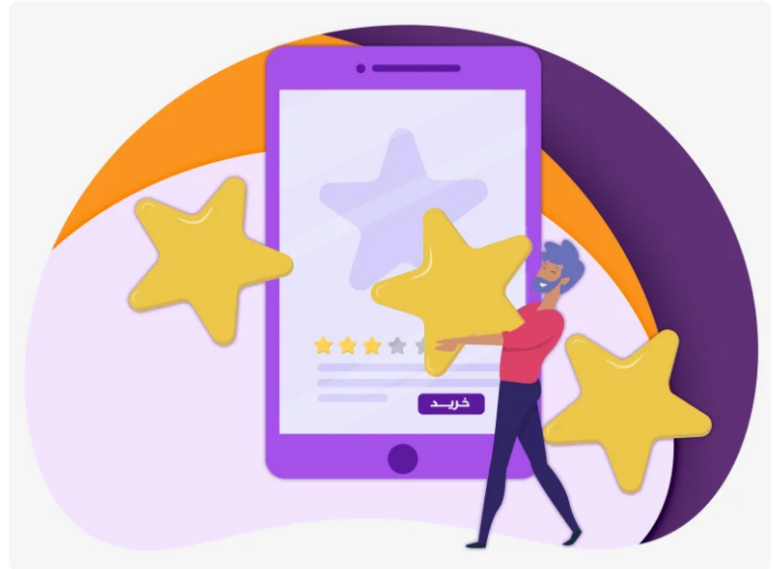
نشان می‌دهد که هزینه جذب مشتری برای اولین بار ۵ برابر بیشتر از حفظ مشتری وفادار است.

وفاداری مشتری به برنامه‌ریزی موثر کمک می‌کند. وفاداری مشتری به کسب و کارها این امکان را می‌دهد تا رشد را به طور موثرتری پیش‌بینی کنند، بنابراین به برنامه‌ریزی مالی کمک می‌کند. تیم‌های بازاریابی می‌توانند مشتریان متعهد را شناسایی کنند، بنابراین تصمیم‌گیری بر اساس بودجه برای آن‌ها آسان‌تر می‌شود.

مشتری وفادار به طور مرتب خرید می‌کند. با توجه به تجربه خوب آن‌ها با برند، شانس بیشتری وجود دارد که دوباره و دوباره از شما خرید کنند. علاوه بر این، با انجام معاملات بیشتر، احتمال خرید آن‌ها در آینده افزایش می‌یابد.

چگونه مشتریان خود را وفادار کنیم؟

یک کسب و کار باید مشتریان خود را خوشحال کند زیرا مشتریان خوشحال تمایل دارند پول بیشتری برای محصولات یا خدمات خرج کنند. در ادامه چند راه عملی برای افزایش رضایت و وفاداری مشتری معرفی شده است:



۱. با یک برنامه وفاداری به مشتریان وفادار پاداش دهید.

یک سیستم پاداش برای وفادارترین مشتریان راهی عالی برای بازگرداندن آن‌ها به برند شماست. ساده‌ترین و احتمالاً محبوب‌ترین برنامه‌های وفاداری از یک سیستم امتیازدهی استفاده می‌کنند، یعنی مشتریان هر بار که از برند خرید می‌کنند، امتیاز وفاداری می‌گیرند. سپس، این امتیازها، پس از جمع‌آوری، برای آن‌ها در قالب یک جایزه اهدا می‌شود، به عنوان مثال، تخفیف، محصولات ویژه، هزینه‌های رایگان و...

پیشنهاد ویژه
نرم افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.
شروع رایگان CRM

۲. مراقبت از مشتری را در اولویت قرار دهید.

بخش حیاتی هر کسب و کاری، خدمات پشتیبانی مشتری است. یک استراتژی موثر مدیریت ارتباط با مشتری به راه‌حل‌های متمرکزتر برای پاسخ‌دهی به نیازهای خاص مشتری کمک می‌کند. ابتدا، هر آنچه می‌توانید در مورد بخش‌های مختلف مشتریان برند، از جمله عادات خرید، آتم‌های مورد علاقه و بازخورد در مورد محصولات یا برند کسب کنید و از این اطلاعات برای بهبود خدمات استفاده کنید. همچنین، اطمینان حاصل کنید که کارکنانی که مستقیماً با مشتریان سروکار دارند، اطلاعاتی را که برای خدمات رسانی موثر به مشتریان نیاز دارند، در اختیار خواهند داشت.

۳. با معرفی سطوح VIP، تجربه مشتری را تقویت کنید.

موقعیت اجتماعی یک عامل مهم تأثیرگذار بر رفتار مشتری است و می‌تواند در استراتژی وفاداری مشتری یک کسب و کار مورد استفاده قرار گیرد. با افزودن سطوح VIP برای وفادارترین مشتریان، یک شرکت می‌تواند وفاداری را در میان مشتریان فعلی افزایش دهد و مشتریان جدید و کمتر درگیر را برای تعامل بیشتر با برند ترغیب کند. با پاداش‌های کوچک‌تر برای همه مشتریانی که در برنامه هستند شروع کنید، سپس با افزایش پاداش برای هر مرحله از نردبان وفاداری، خریدهای تکراری را تشویق کنید.

۴. مشتریان خود را تقسیم بندی کنید.

تصور برنامه وفاداری مشتری بدون رویکرد شخصی دشوار است. شخصی‌سازی اجازه می‌دهد هر مشتری احساس خاص بودن داشته باشد. برای ارسال پیام مناسب در زمان مناسب، از تقسیم‌بندی مشتریان استفاده کنید. این به بازاریابان این امکان را می‌دهد که لیست خود را بر اساس سن، جنسیت، موقعیت جغرافیایی، شغل، ترجیحات، علایق، تعامل و... به بخش‌های متعدد تقسیم کنند. سپس، کمپین‌های متفاوتی را با پیشنهادات مرتبط به هر گروه ایجاد کنند.

[بیشتر بخوانید](#)

مشتریان قدیمی؛ نجات‌بخش فروش در بازار کساد ۱۴۰۴ - اوج ابری

۵. بهینه‌سازی برنامه ارجاع کسب و کار

مشتریان هنگام خرید یک محصول به توصیه‌های اطرافیان اعتماد دارند. به همین دلیل است که ایجاد برنامه‌ای که در آن مشتریان بتوانند برای توصیه برند به افراد دیگر پاداش دریافت کنند بسیار مهم است. برنامه معرفی را با ارائه پاداش برای فرستنده و گیرنده، تشویق مشتریان به انتشار نظر در مورد برند در کانال‌های مختلف و ایجاد پیام‌های ارجاع انگیزشی و قابل اشتراک‌گذاری تقویت کنید.

۶. مشتریان را تشویق کنید که بازخورد ارائه دهند.

دسترس مشتریان به برند را آسان کنید و آن‌ها را به ارائه بازخورد تشویق کنید. از آن‌ها بپرسید که چرا ترجیح می‌دهند از برند شما خرید کنند، در

مقایسه با رقبا و حوزه‌هایی که فکر می‌کنید کسب و کار شما می‌تواند بهبود یابد از مشتریان خود بپرسید. در نهایت، همیشه پس از ارائه بازخورد از مشتریان تشکر کنید و از دیدگاه آن‌ها برای شناسایی و بهبود نقاط مشکل‌دار در کسب و کار خود استفاده کنید.

۷. از فناوری‌های به روز استفاده کنید.

نرم افزار **crm ابری** به شما این امکان را می‌دهد که تمام اطلاعات مشتریان را در یک مکان مرتب و دسترسی‌پذیر نگه دارید. این اطلاعات شامل تاریخچه تعاملات، سفارشات قبلی، پیشنهادهای خرید، واکنش به تبلیقات و... می‌شود. با تجمع داده‌های مشتریان، شما می‌توانید بهترین راه‌ها را برای برقراری ارتباط مؤثر و شخصی‌سازی‌شده با آن‌ها پیدا کنید، نیازها و ترجیحات مشتریان را بهتر درک کرده و به طور خاص به آن‌ها پاسخ دهید. همچنین می‌توانید به آن‌ها خدمات بهتری ارائه دهید. به این ترتیب بهبود تجربه مشتری، افزایش وفاداری آن‌ها را تسهیل می‌کند.

نرم‌افزار CRM اوج ابری به شما این امکان را می‌دهد تا تعاملات با مشتریان را بهبود ببخشید. می‌توانید تعاملات مکتوب (ایمیل‌ها، پیام‌ها) و تلفنی را به صورت مؤثرتری مدیریت کنید و به وعده‌ها و تعهداتان عمل کنید. اوج به شما امکان تحلیل دقیق داده‌های مشتریان و عملکرد تیم فروش را می‌دهد. این تجزیه و تحلیل به شما کمک می‌کند تا استراتژی‌های بهبود و افزایش وفاداری مشتریان را ارتقا بدهید.

دریافت PDF

پی دی اف این مقاله را می توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

دانلود PDF

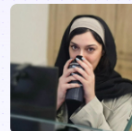
سوالات متداول

اگر پاسخ سوالاتان را در بخش سوالات متداول پیدا نکردید، می‌توانید با تیم پشتیبانی ما تماس بگیرید.

- ۱. وفاداری مشتریان چیست؟
- ۲. چگونه می‌توان وفاداری مشتریان را اندازه‌گیری کرد؟
- ۳. آیا نرم‌افزار CRM اوج ابری برای هر اندازه کسب‌وکار مناسب هستند؟

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 *

نام شما

ایمیل شما

دیدگاه *

نظر شما

فرستادن دیدگاه

- orhan۱ سال قبل

بهره حدودا چند درصد از مشتریانمان، مشتری وفادار باشند تا سود و فروش بیشتری کنیم؟

پاسخ
- صبا مشیری۱ سال قبل

سلام چگونه می توان برنامه وفاداری مشتری را اجرایی مرد؟

پاسخ

در خبرنامه ما عضو شوید

ایمیل

عضویت

فهرست مطالب

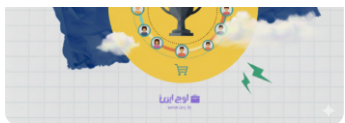
چرا وفاداری مشتری مهم است؟

اشتراک گذاری



مقالات پیشنهادی

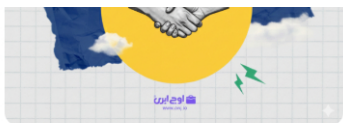




باشگاه مشتریان ۶ دقیقه ۱۴۰۴/۹/۵

بازرسی 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 ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه ۱۴۰۴/۹/۵

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی‌های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

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



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه ۱۴۰۴/۹/۵

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، دستغیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۳
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	چيست CRM	قوانین و مقررات	   
مشاهده تمام ماژول‌ها	مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی	