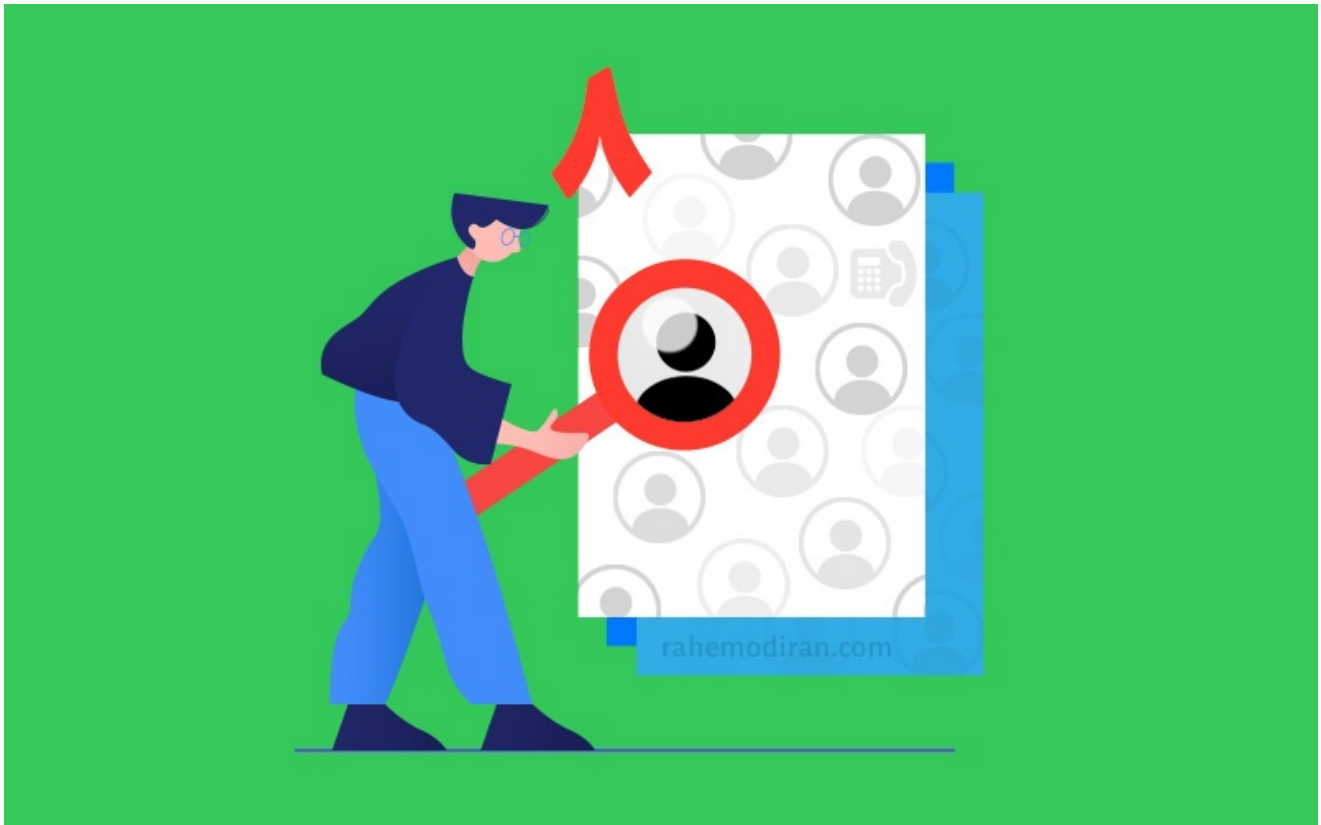




## ۸ ایده مشتری یابی خلاقانه که تا به حال امتحان نکرده‌اید

به دنبال چند ایده مشتری یابی خلاقانه هستید؟ جای درستی آمده‌اید! در این مطلب از مجله راه مدیران ۸ نکته و ترفند به شما آموزش می‌دهیم که کمک‌تان خواهد کرد تا فرایند مشتری یابی را سریعتر انجام دهید.

## چند ایده مشتری یابی خلاقانه برای موفقیت در فروش

موفقیت در فروش تا حد زیادی به روتین‌های شما بستگی دارد. در



طول روز تعداد ساعات زیادی برای استفاده وجود دارد. هر چه فروشنده متبحرتری در به انجام رساندن کارهای روزانه خود باشید می‌توانید زمان بیشتری را به فعالیت‌های ارزشمند مانند برگزاری جلسه با مشتری یا یادگیری مهارتی جدید اختصاص دهید.

اما چسبیدن به یک فرایند قدیمی همیشه چیز خوبی نیست. اگر همواره از یک روش برای مشتری‌یابی استفاده کنید و به سراغ ایده‌های جدید نروید، فرصت‌های باارزشی را از دست خواهید داد. بسیاری از خریداران هیچ وقت از طریق کانال‌های سنتی با شما ارتباط برقرار نمی‌کنند.

شاید هم مثلاً ۲۰ سال از یک فروشنده خرید کرده‌اند و فقط زمانی حاضر به تغییر هستند که یک همکار قابل اعتمادشان کسب و کار دیگری را به آنها معرفی کند. یا شاید از مشکل خود بی‌خبرند و احتمال اینکه محتوای شما را دانلود کنند یا به دنبال یک فروشنده باشند، پایین بیاید. برای پیدا کردن این مشتریان احتمالی ارزشمند بد نیست نگاهی بیندازید به این چند ایده مشتری‌یابی خلاقانه که به همین منظور در ادامه آورده شده‌اند.

## ۱. سایتی برای ارجاع دادن ایجاد کنید

پیشنهاد می‌کنیم یک وب‌سایت ساده ایجاد کنید که مشتریان بتوانند از طریق آن با شما ارتباط برقرار کنند. پیامی که این سایت به



طور کلی می‌رساند باید این باشد که: «شما اینجا هستید چون کسی که روی موفقیت شما سرمایه‌گذاری کرده است فکر می‌کند از ارزش این محصول یا خدمت بهره‌خواهید برد.»

اگر منابع لازم را دارید بهتر است یک ویدیوی معرفی نیز بسازید که در آن خودتان را معرفی کنید، بگویید که چرا به محصول خود باور دارید و یکی دو ویژگی یا مزیت آن را بیان کنید. این ویدیو باعث می‌شود ارتباط با مشتری احتمالی در سطح انسانی باقی بماند و اشتیاق شما را هم نشان خواهد داد.

اگر با شناختن انگیزه‌های شخصی خود مشکل دارید، می‌توانید سوالات زیر را از خودتان بپرسید:

- چرا در این کسب و کار هستم؟
- چرا به کاری که انجام می‌دهم باور دارم؟
- چرا با این شرکت کار می‌کنم؟
- از چه چیز این شرکت هیجان زده می‌شوم؟
- چرا برای این شغل از هر کار دیگری که تاکنون در زندگی‌ام انجام داده‌ام، بیشتر اشتیاق دارم؟

آخر قسمت سایت شما می‌بایست مشتری را به خرید کردن تشویق کند. به ازای گرفتن نام و آدرس ایمیل آنها محتوای ارزشمند به‌شان



ارائه دهید و یا از آنها بخواهید تا زمانی را برای یک جلسه رایگان تلفنی در تقویم رزرو کنند.

## ۲. یک اتحاد استراتژیک شکل دهید

با شرکت‌های دیگری که جامعه مخاطب یکسانی با شما دارند، همکاری کنید. هر کدام از شما سرnx‌های کیفیت سنجی شده‌ای دارید به علاوه نظرات ارزشمندی درباره خریداران؛ از ترندهای خرید گرفته تا پیشنهاداتی برای فروش به مشتریان احتمالی خاص. پس می‌توانید به همدیگر اطلاعات ارزشمندی بدهید. این تکنیک مانند هم بازاریابی یا کو مارکتینگ عمل می‌کند اما برای دپارتمان فروش.



اگر مطمئن نیستید که چه شرکت‌هایی را هدف قرار دهید، سایر خرید‌هایی که مشتریان‌تان انجام می‌دهند را شناسایی کنید و بعد ببینید فراهم کنندگان آن محصولات چه شرکت‌هایی هستند. مشتری احتمالی شما هم در نهایت از این همکاری استفاده خواهد کرد. چرا که حالا می‌تواند چند نیاز خود را با یک فروشنده مطرح کند و او بهترین شرکت‌های تامین کننده آن صنعت را به او معرفی نماید.

اگر نمی‌دانید که مشتریان شما از چه شرکت‌هایی خرید می‌کنند می‌توانید سوالات زیر را از آنها بپرسید:



- در حال حاضر برای چه خریدهای دیگری برنامه ریزی می‌کنید؟
- آخرین محصولی که شرکت شما خریداری کرده چه بوده است؟
- قصد دارید در آینده در چه حوزه‌ای سرمایه گذاری کنید؟
- با چه چالش‌های دیگری مواجه هستید؟
- چه نیازهای دیگری دارید که قصد دارید به آنها رسیدگی نمایید؟

### ۳. در رویدادهای مشتریان خود شرکت کنید

خریداران شما می‌توانند با خریداران احتمالی دیگر ارتباط داشته باشند. به همین خاطر است که رویدادهایی که آنها برگزار می‌کنند حکم معدن طلا را برای شما دارد.

هر سه ماه یکبار از مشتریان فعلی خود خبری بگیرید و ارتباطتان با آنها را حفظ نمایید. همچنین می‌توانید هر از گاهی برای آنها مقاله ای مرتبط بفرستید، دستاوردهای اخیر آنها را تبریک بگویید یا با کسب و کار دیگری در شبکه همکاران خود آنها را آشنا کنید که می‌تواند برایشان مفید واقع شود.

داشتن اینگونه ارتباطات باعث می‌شود در رویدادهای آنها دعوت شوید. گرچه پیشنهاد می‌کنیم حواستان به وب سایت آنها باشد یا در خبرنامه شان ثبت نام کنید تا در جریان برنامه‌های آنها باشید. سپس از مشتری بخواهید که اگر امکانش وجود دارد شما هم در آن رویداد شرکت کنید. از آنجایی که شما برای آنها ارزش آفرینی



کرده‌اید، از پیشنهاد شما استقبال خواهند کرد.

## ۴. برای آنها کتاب بفرستید

یک ایده مشتری‌یابی خلاقانه دیگر ارسال کتاب برای مشتریان است. هرکسی از کارمندان تازه کار گرفته تا مدیران ارشد، گرفتن هدیه را دوست دارند. بعد از دریافت یک کتاب به عنوان هدیه از این به بعد مشتری شما به ایمیل یا تماس شما با اشتیاق بیشتری پاسخ خواهد داد. به علاوه با ارسال یک کتاب تخصصی در حوزه کاری خود فرصت این را خواهید داشت که دانش خود در این زمینه و شناخت تان درباره نیازها و چالش‌های مشتری را به او نشان دهید.

برای استفاده از این تکنیک در مواجهه با یک مشتری حقیقی، بهتر است یک تا سه مورد از موضوعات مورد علاقه او را پیدا کنید. شاید او مدیر منابع انسانی یک شرکت نرم افزاری باشد. تجربیات قبلی کار کردن شما با مشتریان این چنینی می‌تواند کمک تان کند تا متوجه شوید که دغدغه‌های او چیست و کتابی با موضوع مرتبط برای او پیدا نمایید.

کتاب را همراه با یک یادداشت برای مشتری بفرستید که در آن گفته‌اید چرا به نظرتان این کتاب به کارشان خواهد آمد. اکثر شرکت‌های پست وقتی بسته به دست مشتری می‌رسد به شما خبر



می‌دهند. از این فرصت استفاده کنید و با مشتری تماس بگیرید تا مطمئن شوید بسته را تحویل گرفته است. با اینکار فرصتی هم خواهید داشت تا با او قرار ملاقات جدیدی تنظیم کنید.

## ۵. جلسات مشاوره ارائه دهید

زمان مهم ترین داشته یک فروشنده است. پس اینکه بخواهید آن را به رایگان در اختیار دیگران قرار دهید و چیزی به ازایش دریافت نکنید ممکن است کمی شما را دو دل کند. اما این روش برای پیدا کردن یک مشتری احتمالی مناسب کسب و کار شما، بسیار موثر واقع خواهد شد.

قبل از هرچیز مشتری ایده آل خود را تعریف کنید. صنعت آنها، بازار هدف شان، اندازه شرکت، عنوان شغلی و موارد دیگر. سپس درباره یکی از چالش‌های رایج چنین پرسونای مشتری اطلاعات کسب کنید. یک فروشنده که با شرکت‌های بیومدیکال کار می‌کند ممکن است لازم باشد روی چالش‌های مشتریان در جمع آوری سرمایه تمرکز کند.



وقتی چالش مورد نظر را پیدا کردید، ۲۰ تا ۵۰ دقیقه مشاوره رایگان به مشتری خود ارائه دهید که این مدت زمان بسته به شدت و پیچیدگی مشکل و حجم معامله می‌تواند تغییر کند. اگر تعداد محدودی مشتری با ارزش احتمالی دارید می‌توانید حتی بیش از این برای هر یک زمان بگذارید.

چنین جلسات مشاوره‌ای شما را به عنوان یک فرد متخصص در این حوزه نشان خواهد داد. می‌توانید به مشتریان فعلی خود بگویید که در حال حاضر در مورد موضوع X به کسب و کارها مشاوره رایگان می‌دهید تا اگر کسی را می‌شناختند که با آن مشکل سر و کار داشت، به او خبر دهند.



## ۶. به عنوان یک واسطه عمل کنید

بیشتر مردم وقتی قبل از هرکاری اطلاعات ارزشمندی به آنها داده باشید، مشتاق خواهند بود که با خودتان معامله انجام دهند. به خاطر بسپارید که باید از مشتری بپرسید: «آیا در حال حاضر به دنبال یک تامین کننده، کارمند، همکار یا مشتری جدید هستید؟» اگر جواب آنها مثبت بود بخواهید که گزینه ایده آل خود را برای شما شرح دهند.

از شرایطی که مشتری شما توصیف می‌کند برای پیدا کردن شخص مناسب در اطرافیان خود استفاده کنید. مطمئن باشید آنها از کمکی که بهشان می‌کنید سپاسگزار خواهند بود و در پاسخ به این لطف ممکن است مشتریانی به شما معرفی کنند.

اگر استراتژی مشتری یابی که به کار می‌برید تاریخ گذشته به نظر می‌رسد و دیگر پاسخگوی نیازهای شما نیست، از این ایده مشتری یابی خلاقانه استفاده کنید تا سرنخ‌های جدید به دست آورید.

## ۷. یک گروه تخصصی ایجاد کنید یا عضو آن شوید

فرقی نمی‌کند گروهی که دارید در فیسبوک یا لینکدین باشد یا به صورت جلسه‌های حضوری؛ یک ایده مشتری یابی خلاقانه این است که بتوانید در یک حوزه خاص ارتباطاتی ایجاد کنید که بتوانند شما



را به گروهی از مشتریان احتمالی متصل کنند. به طور مثال اگر در حوزه فروش مصالح ساختمانی مشغول هستید می‌توانید به دنبال گروه‌هایی از سرمایه‌گذاران یا مشاورین املاک، پیمانکاران یا معماران باشید.

اگر گروه‌هایی‌های حضوری جایی است که سرخ‌های شما قرار دارند، در تمام جلسات آنها حاضر باشید، شرکت کنندگان را بشناسید و حتی در رویدادهای مرتبط سخنرانی کنید. با اینکار آنها شما را بهتر خواهند شناخت و دفعه بعدی که به خدمات یا محصولات شما می‌فروشید نیاز پیدا کردند، با شما تماس خواهند گرفت.

شرکت در گروه‌های اینترنتی هم می‌تواند یک ایده مشتری‌یابی خلاقانه باشد. در شرایطی که مقدور است در گروه‌هایی که مشتری ایده آل شما عضو است، شرکت کنید. اما قبل از اینکه شروع به معرفی خود و ارائه محصولات یا خدمات خود کنید، افراد حاضر در گروه را بشناسید. به شیوه‌ای عادی در مکالمات شرکت نمایید و با پاسخ دادن به سوالات آنها ارزش بیافرینید و منابع مفید را با آنها به اشتراک بگذارید.

اگر کسی سوال خاصی از شما پرسید که می‌دانستید محصول یا سرویس شما می‌تواند پاسخ او باشد، به او بگویید که به صورت خصوصی جزئیات را برایش ارسال خواهید کرد. وقتی ارائه خود را به صورت خصوصی عنوان کنید، شانس از دست دادن مشتریان



احتمالی آینده خود در گروه که ممکن است در حال حاضر آماده شنیدن پیشنهادات فروش شما نباشند را کاهش خواهید داد.

## ۸. به طور مستقیم پیام بفرستید

این ایده مشتری یابی خلاقانه را با یک پیغام مهم امتحان کنید. مثلاً «همین امروز برای ارزیابی رایگان کسب و کار خود تماس بگیرید». حتماً پیام شما بایستی کال تو اکشن داشته باشد. فراموش نکنید پاسخ مشتری را در شرایطی که فرمی پر می‌کند یا پیام تایید می‌فرستد بدهید: «**تیکت** پشتیبانی یا پیامک شما طی یک ساعت آینده توسط همکاران ما رسیدگی خواهد شد.»

شما چه ایده مشتری یابی خلاقانه ای را امتحان کرده‌اید که جواب داده است؟ اگر تجربه استفاده از ۸ ایده مشتری یابی خلاقانه ای که در این مقاله معرفی شد را دارید، خوشحال می‌شویم در بخش نظرات برای ما بنویسید. همچنین در همین راستا، کتاب تماس‌های میلیاردی از استاد **بهزاد استقامت** و دوره فوق ستاره فروش شوید می‌تواند به شما کمک کند که با کلیک روی تصویر زیر، توضیحات آن را می‌توانید ببینید. از همراهی شما سپاسگزاریم.



همچنین می توانید از طریق سایت **راه مدیران** و یا شماره تماس **۰۲۱۹۱۰۱۰۳۶۳** در ارتباط باشید و یا از طریق **خدمات مشاوره** با پر کردم فرم مشاوره در انتهای صفحه منتظر تماس کارشناسان ما باشید.

[type="info" align="" class="" width] این مطلب دارای فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه مدیران به ده ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.[/box]

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width] لطفا برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.



خرید عضویت الماسی

[box/]