۱۴ مورد از تکنیک های موثر مشتری یابی که باید به کار ببندید

با اینکه بسیاری از فروشندگان از فرایند مشتری یابی فرار می‌کنند اما باید بدانید که این موضوع بخش مهمی از فروش را تشکیل می‌دهد. متاسفانه بسیاری از کارشناسان فروش از تکنیک های موثر مشتری یابی استفاده نمی‌کنند و به جای آنها به سراغ ترفندهای قدیمی می‌روند. تکنیک های موثر مشتری یابی می‌توانند به سرنخ‌های باکیفیت بیشتری بینجامند که در نهایت شما را به فروش بیشتر نزدیک می‌کنند.

دقیقاً مانند هر جنبه دیگری از فرایند فروش، شما به تمرکز و تلاش

برای پیاده‌سازی و یادگیری تکنیک های موثر مشتری یابی نیاز دارید. این تنها راه پیدا کردن مشتریان است که نخواهید وقت‌تان را تلف سرنخ‌های تایید صلاحیت نشده و نامناسب برای محصول یا سرویس خود کنید.

از این تکنیک های موثر مشتری یابی که در ادامه معرفی می‌کنیم استفاده کنید تا بتوانید بهتر سرنخ‌هایی را پیدا کنید که در نهایت به مشتریان یا خریداران شما تبدیل می‌شوند.

تکنیک های موثر مشتری یابی چیست؟

منظور از تکنیک های موثر مشتری یابی هر روشی است که دستیابی به سرنخ‌های جدید را ممکن می‌سازد یا کمک می‌کند که با سرنخ‌های موجود کار کنید. تکنیک های موثر مشتری یابی می‌توانند بسته به سازمان و صنعتی که در آن مشغول هستید متفاوت باشند و شامل ارسال ایمیل، فروش از طریق سوشال، بازاریابی رویداد و تماس گرم شوند.

به طور سنتی، دو نوع متفاوت از مشتری یابی وجود دارد. درونگرا و برونگرا. منظور از مشتری‌یابی برونگرا تلاشی است که طی آن فروشنده روش سرد را در پیش می‌گیرد. یعنی با افرادی تماس گرفته یا برای آنها ایمیل می‌فرستد که قبل از آن با ایشان صحبت نکرده است.

فروش درونگرا رویکرد کاملاً متفاوتی را دنبال می‌کند. به این صورت که فروشندگان را تشویق خواهد که با مشتریان بالقوه خود ارتباط بگیرند و فقط به کسانی زنگ یا ایمیل بزنند که قبلاً به محصول یا خدمت آنها علاقه نشان داده‌اند.

امروزه بسیاری از متخصصین فروش معتقدند که بهترین رویکرد نسبت به تکنیک های موثر مشتری یابی، ترکیبی از فروش درونگرا و برون‌گرا است.

معرفی بهترین تکنیک های موثر مشتری یابی

۱. تماس گرم بگیرید

تماس اولیه شما با مشتریان بالقوه جدید لزومی ندارد که کاملاً سرد باشد. می‌توانید قبل از تماس اولیه مشتری را خود کمی گرم کنید. شما باید معرفی خود و یا آشنا کردن مشتری با نام شرکتی که از طرف آن تماس می‌گیرید، قبل از تماس اولیه یا ارسال ایمیل اول، شانس یک ارتباط گرم‌تر را بالا خواهید برد.

چند ایده برای رسیدن به این هدف: معرفی شدن توسط یک رابط مشترک، کامنت گذاشتن روی یکی از محتواهایی که کاربر در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته است یا لایک کردن آپدیت وضعیت یا اعلام تغییر موقعیت شغلی در لینکدین.

۲. یک رهبر فکری شوید

با جا انداختن خود به عنوان یک رهبر فکری یا فرد متخصص در صنعت خود، می‌توانید اعتبار و اعتماد بسیاری قبل از ارتباط گرفتن با مشتری ایجاد کنید. روش‌هایی برای انجام چنین کاری می‌توانند شروع یک بلاگ، نوشتن مقاله مهمان برای نشریه‌های صنعت خود و صحبت در کنفرانس‌ها و برنامه‌های تبلیغاتی باشند.

این تکنیک همچنین به شما کمک می‌کند تا سرنخ‌های خود را قبل از اولین تماس، با نام خود یا برندتان آشنا کنید که در اولین تکنیک این لیست به آن اشاره کردیم.

۳. یک منبع قابل اعتماد باشید

برای موفق بودن به عنوان یک فروشنده، باید کاری بیش از فروش انجام دهید. باید فرد قابل اعتماد مشتری خود باشید تا این حد که حتی بعد از بستن معامله یا خرید هم او را پشتیبانی کنید.

با تغییر موقعیت خود از فروشنده محصولات یا خدمات به فراهم کننده راه حل‌ها، می‌توانید شانس معرفی شدن توسط مشتریان راضی را بالاتر ببرید. از این اعتبار می‌توانید زمانی که می‌خواهید خود را به یک سرنخ جدید معرفی کنید استفاده نمایید. وقتی تبدیل به یک منبع قابل اعتماد برای مشتریان شوید، قبل و بعد از فروش، آنها کمک شما را به خاطر خواهند سپرد و به ازای آن به شما کمک خواهند کرد.

۴. به یک اسکریپت رجوع کنید

برای فروشندگان جدید، رجوع به یک اسکریپت اولیه در حین فروش یکی از تکنیک های موثر مشتری یابی است. اینکار به آنها کمک می‌کند تا وقفه‌های اضافی در مکالمه خود نداشته باشند، از زبان

درستی استفاده کنند و به اعتراضات رایج پاسخ دهند.

متخصصین فروش و کارشناسان باتجربه‌تر معمولاً توصیه می‌کنند که به سراغ اسکریپت‌های آماده نروید تا در طی مکالمه طبیعی تر به نظر برسید. اما می‌توان از اسکریپت به عنوان یکی از تکنیک های موثر مشتری یابی استفاده کرد. با این فرض که گوشه ذهن خود حواستان باشد ربات‌وار و تکراری صحبت نکنید. به طور فعال به مشتری احتمالی خود گوش دهید و مکالمه را بر اساس نیاز آنها پیش ببرید.

۵. نفروشید

یکی از ساده ترین تکنیک های موثر مشتری یابی این است که صرفاً به فکر فروش نباشید. مشتری یابی اولین مرحله در فروش است و به خودی خود قرار نیست به فروش بینجامد. بلکه باید مشخص کند که کدام سرنخ می‌تواند وارد قیف مشتری شود. فقط زمانی که این گام‌ها به درستی برداشته شد فروش اتفاق خواهد افتاد.

اگر می‌خواهید در فضای فروش امروزه موفق باشید، باید روی ایجاد رابطه در حین مشتری یابی تمرکز کنید. به سرعت شروع کردن فروش می‌تواند فشار زیادی به مشتری احتمالی شما وارد کند. ایجاد زیرساختی که باعث اعتماد مشتری به شما شود می‌تواند یکی از تکنیک های موثر مشتری یابی به حساب بیاید.

۶. پیگیری کنید

مشتری احتمالی را در چرخه پیگیری قرار دهید و در هر مرحله از بستن قرارداد او را همراهی کنید. فرقی نمی‌کند بخواهید زمان ملاقات بعدی خود را تنظیم کنید یا منابع بیشتر بخواهید برای آنها بفرستید؛ یک ایمیل یا تماس می‌تواند رابطه شما را با مشتری قوی‌تر کند. همچنین به شما این فرصت را می‌دهد خود را به عنوان یک منبع قابل اعتماد به او معرفی کنید.

۷. از ویدیو استفاده کنید

با اضافه کردن یک ویدیو در روش‌های ارتباطی خود با مشتری می‌توانید بیشترین استفاده از تکنیک های موثر مشتری یابی را ببرید. از ویدیو می‌توانید برای معرفی خود، فراهم کردن محتواهای تکمیلی یا جمع‌بندی نکات مهم تماس یا ارتباط خود با او استفاده کنید. با نوشتن کلمه ویدیو در عنوان ایمیل یا قرار دادن یک تصویر که به ویدیو لینک شده می‌توانید توجه مخاطبین را به خود جلب کنید.

۸. برای مشتری یابی زمان بگذارید

هر روز زمانی را برای مشتری یابی در تقویم خود اختصاص دهید. مشتری یابی کار آسانی نیست. بیشتر از ۴۰ درصد فروشنده‌ها

می‌گویند که چالش برانگیزترین قسمت فرایند فروش همین مرحله است. با درنظر گرفتن زمانی برای مشتری یابی در طولانی مدت می‌توانید عملکرد بهتری داشته باشید. چرا که به صورت فعال زمان خود را به این کار اختصاص می‌دهید که می‌تواند در بهتر شکل دادن مکالمات و آمادگی شما تاثیر مستقیم داشته باشد.

۹. در سوشال مدیا زمان بگذرانید

یک استراتژی فروش در سوشال مدیا تدوین کنید. به احتمال زیاد تعداد قابل توجهی از افرادی که درباره محصول شما تحقیق کرده‌اند در یکی از شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین، توییتر، فیسبوک و غیره حضور دارند. سوالات آنها را پاسخ دهید و محتواهایی که با نیاز آنها مرتبط است را برایشان بفرستید.

فعالیت‌های فروش سوشال شما می‌تواند تاثیر مثبت قابل توجهی روی فروش شما بگذارد. در واقع شرکت‌هایی که از این مورد از تکنیک های موثر مشتری یابی استفاده می‌کنند ۴۰ درصد بیشتر به اهداف خود می‌رسند.

۱۰. یک وبینار را میزبانی کنید

وبینارها محل فوق العاده‌ای برای پیدا کردن سرنخ هستند. چرا که می‌دانید شرکت‌کنندگان به موضوع علاقه نشان داده‌اند. با یک

سازمان دیگر در صنعت خود همکاری کنید و وبیناری را میزبانی کنید که منافع مشترک شما را تامین کند.

یکی از تکنیک های موثر مشتری یابی این است که بعد از وبینار یک نظرسنجی برگزار کنید تا ببینید چه آماده است بیشتر درباره محصول یا خدمت شما بداند. فراموش نکنید از سوالاتی استفاده کنید که پاسخ‌های بله و خیر دارند. یا گزینه‌هایی همچون من آماده بررسی نسخه دمو شما هستم یا می‌خواهم بیشتر درباره این شرکت بدانم را داشته باشد.

پیگیری تماس آن دسته از افرادی که به شما پاسخ مثبت داده‌اند

طی ۲۴ ساعت بعد از وبینار کاری است که می‌بایست انجام دهید. البته از افرادی که جواب منفی داده‌اند هم ناامید نشوید. آنها را در کمپین‌های تعلیم دهنده قرار دهید و طی چند ماه آینده با آنها در تماس باشید تا ببینید آیا تصمیمشان مبنی بر خرید تغییر کرده است یا خیر.

۱۱. درخواست کنید که شما را به دیگران معرفی کنند

اگر از مشتریان خود نخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند در واقع یکی از تکنیک های موثر مشتری یابی که جواب خود را پس داده است را نادیده خواهید گرفت. به محض اینکه با موفقیت معامله را بستید یا محصولی را فروختید از مشتری خود بپرسید آیا کسی در شبکه ارتباطات او هست که بخواهید با او ارتباط بگیرید؟ استفاده از تماس‌های پیگیری در چند ماه آینده نیز می‌تواند فرصت خوبی برای چنین سوالی باشد.

۱۲. در رویدادها شبکه سازی کنید

قبل از هرکاری رویداد درستی برای شرکت کردن را انتخاب کنید. شناسایی کنید که مردم چرا در این کنفرانس شرکت می‌کنند. اگر موضوعات آن برای مشتری ایده‌آل شما نیز جالب است، حجم جامعه هدف خود را به دست خواهید آورد.

به طور مثال اگر نرم افزار مدیریت پروژه به طراحان متوسط بفروشید، ممکن است بخواهید در رویدادی شرکت کنید که مخاطبین آن تاکنون پروژه‌های خود را به صورت دیجیتال مدیریت نمی‌کرده اند. به محض اینکه رویداد درست را شناسایی کنید می‌توانید بیشتر نرخ بازگشت را از بین شرکت‌کنندگان آن داشته باشید.

۱۳. در انجمن‌های پرسش و پاسخ (فروم‌های Q&A) سوال بپرسید

یکی دیگر از تکنیک های موثر مشتری یابی این است که همیشه به دنبال آموزش مخاطب خود باشید. فروم‌های آنلاین، گروه‌های لینکدین یا سایت Quora همگی به مردم این فرصت را می‌دهد که سوالی بپرسند و گروهی از مخاطبین پاسخگوی آنها باشند. شما می‌توانید این پلتفرم‌ها را پیدا کنید و به نیازهای مردم گوش دهید.

به اینکه مردم چطور سوال خود را می‌پرسند عادت کنید. قبل از پاسخ دادن از قوانین فروم مطلع شوید تا بدانید چه مواردی را می‌توانید بگویید. وقتی توانستید یک نفوذ قابل قبول در جامعه آنجا پیدا کنید، سوالاتی را پیدا کنید که می‌توانید بدون تعصب جواب دهید. مثلاً اگر دستگاهی برای عملیات کشاورزی می‌فروشید، ممکن است بتوانید سوالی درباره تاثیر هوش مصنوعی رو مزرعه داری را پاسخ دهید.

۱۴. در چت‌های توییتر شرکت کنید

چت‌های توییتر راه فوق‌العاده‌ای برای ساخت رابطه با مشتریان احتمالی هستند. همچنین یک تاکتیک فروش موثر به حساب می‌آیند. در مقاله اخیری که درباره جمع‌آوری سرنخ‌های فروش B۲B منتشر شد، یکی از مدیران هاب اسپات اشاره کرد که چت‌های توییتر وقتی شکل می‌گیرند که گروهی از افراد برای بحث روی یک موضوع مشخص، ترند یا حوزه مورد علاقه خود از هشتگ‌های جمعی استفاده می‌کنند. برای مثال اگر ابزار PPC می‌فروشید ممکن است پیوستن به هشتگ #PPCChat که در آن افراد درباره موضوعی پیشروتر از زمان یا صنعت خود گفتگو می‌کنند گزینه خوبی باشد.

سوالاتی که در چنین گفتگوهایی مطرح می‌شود و پاسخ‌هایی که توسط افراد داده می‌شوند با هشتگ مدنظر به اشتراک گذاشته خواهند شد. در این گفتگوها به طور منظم حضور داشته باشید و بدانید که چه زمانی باید در آن شرکت کنید و چه زمانی شنونده باشید. به این طریق هر هفته ارتباطاتی خواهید ساخت و می‌توانید بعد از مدتی با بعضی از آنها به صورت آفلاین هم گفتگو داشته باشید و یک رابطه بنیادین بسازید.

کلام آخر

تا جایی که می‌توانید تکنیک های موثر مشتری یابی را در فرایندهای فروش خود به کار ببندید. استفاده از ترفندهای قدیمی و بعضاً غیرکاربردی می‌تواند شما را چندین پله در این مسیر عقب بیندازد. تکنیک های متفاوتی را امتحان کنید و ترکیبی از بهترین‌های آنها را به دست آورید. همچنین می‌توانید برای آشنایی بیشتر با مقوله فروش و بازاریابی تلفنی، کتاب تماس‌های میلیاردی آقای استقامت را مطالعه کنید که راهکارهای عملی بسیاری در اختیار شما می‌گذارد.

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.

[box type="info" align="" class="" width=""]ایـن مطلـب 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/]

[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/]