



۷ پیشنهاد برای افزایش فروش

در این مقاله ۷ پیشنهاد کم‌هزینه ارائه می‌کنیم تا در کسب‌وکارتان استفاده کنید و فروش خود را افزایش دهید. پیشنهادات بسیار ساده هستند ولی می‌توانند اثرگذار باشند.

۱. کسب‌وکار خود را در محیط کار تبلیغ کنید

بر دیوار بیرونی شرکت، نام و زمینه کار شرکت را بنویسید. با رستوران بزرگی در تهران کار می‌کردم. این رستوران در نمای بیرونی هیچ تابلوی قابل توجهی نداشت. بسیاری از افرادی که از آنجا عبور می‌کردند نمی‌دانستند که در آنجا رستورانی وجود دارد. این رستوران هنگامی که تابلوی بزرگی از نمای داخلی رستوران را بر دیوار بیرونی نصب کرد، تعداد مراجعین به رستوران بیشتر شدند.

هرگونه نوشته یا علامتی از کسب‌وکار شما در محیط‌های عمومی محل کار، تبلیغی شبانه‌روزی خواهد بود و می‌تواند دیگران را با کسب‌وکار شما آشنا سازد حتی زمانی

که تعطیل هستید. اگر امکان نصب تابلو یا نوشته‌ای بزرگ را ندارید، می‌توانید بر زنگ درب ورودی علاوه بر نام شرکت، زمینه کاری خود را هم بنویسید. البته برای نصب تابلوهای بزرگ شاید نیاز به دریافت مجوز باشد. از رنگ‌ها و طراحی مناسب و حرفه‌ای استفاده کنید حتی می‌توانید روزها و ساعات فعالیت شرکت را بنویسید.

۲. نوشتن پیام کسب‌وکار بر اتومبیل شرکت

بسیاری از کسب‌وکارها از اتومبیل برای انجام کارها استفاده می‌کنند. اتومبیل‌ها در روز به مکان‌های مختلفی مراجعه می‌کنند. با تبلیغ کارتان بر اتومبیل شرکت، می‌توانید به تبلیغات پردازید. البته اگر کسب‌وکارتان اتومبیلی ندارد می‌توانید این کار را بر اتومبیل شخصی خود انجام دهید.

البته توجه داشته باشید که مطالب استفاده شده برای تبلیغات متحرک باید بسیار ساده باشند و با حداقل کلمات نوشته شوند. با رعایت این نکته انتقال پیامتان در زمانی کوتاه، امکان‌پذیر خواهد بود.

حتما توجه کرده‌اید که پیک‌هایی که از طرف رستوران‌ها و فست‌فودها غذا را تحویل می‌دهند با حروف بزرگ شماره تلفن رستوران را روی موتور یا اتومبیل می‌نویسند.

۳. تبدیل فاکتور به ابزاری برای فروش

بسیاری از شرکت‌ها روزانه فاکتورهایی صادر می‌کنند که به جاهای مختلف ارسال می‌شود. فاکتورها معمولا بارها دست‌به‌دست می‌شوند تا به دست پرداخت‌کننده آن می‌رسند. اخیرا تبلیغ یکی از شرکت‌های معروفی که دوره‌های مدیریتی برگزار می‌کند را در وب‌سایتم گذاشتم. سپس فاکتور را فرستادم، این فاکتور باید توسط چندین نفر تایید می‌شد که شامل فرد سفارش‌دهنده آگهی که یکی از مدرسان بود، مسئول امور مالی و سپس فردی که چک‌ها را صادر می‌کرد بودند. این موضوع فرصت خوبی را فراهم می‌کند تا به چندین نفر معرفی شوید.

البته شاید این افراد با کسب‌وکار شما آشنا باشند ولی به تمامی توانایی‌ها و امکاناتی که ارائه می‌کنید واقف نباشند؛ مثلا ما برای محصولات آموزشی مشتریان زیادی داریم و همچنین کارگاه‌های آموزشی حضوری برگزار می‌کنیم ولی بسیاری از مشتریان ما این موضوع را نمی‌دانند. پس با فاکتور می‌توانید خدمات و محصولات جدید را معرفی کنید حتی می‌توانید اخبار کارتان را در فاکتور منعکس کنید؛ مثلا اگر قیمت‌ها تغییری کرده است یا گاهی فروش فوق‌العاده برگزار می‌کنید این موارد را در فاکتور منعکس کنید.

ابتکاری که یکی از شرکت‌های کامپیوتری انجام داد این بود که با هر فاکتور، یکی از اعضای شرکت را معرفی می‌کرد و حتی عکس او را در پایین فاکتور چاپ می‌کرد. این کار در مشتری احساس خوبی را ایجاد می‌کند و در مراجعات بعدی مشتری احساس نزدیکی بیشتری با کارکنان می‌کند.

حتی می‌توانید کاری کنید که دریافت فاکتور برای مشتری به تجربه‌ای لذت‌بخش تبدیل شود؛ مثلا همراه فاکتور مطالب خواندنی و آموزشی کوتاهی را بفرستید تا مشتری از آن‌ها استفاده کند.

اگر امکانات بیشتری در اختیار دارید از فاکتورهای رنگی استفاده کنید تا تاثیر بهتری از شما به جای بگذارد. بسیاری از خریداران ما هیچ‌گاه به محل کارمان مراجعه نکرده‌اند و تنها چیزهایی که از کسب‌وکارمان می‌بینند محصولات و فاکتورهای ما است.

۴. سیستم انتظار تلفنی را به درآمد تبدیل کنید

مشتریان از منتظر ماندن متنفرند. اگر از سیستم‌های پاسخگوی تلفنی استفاده می‌کنید و مشتریان باید لحظاتی منتظر بمانند تا بتوانند با شخص مورد نظر صحبت کنند، از این فرصت استفاده کنید. در لحظات انتظار به جای پخش موسیقی به معرفی محصولات و خدمات شرکت بپردازید. اگر کسب‌وکار خود را به تازگی آغاز کرده‌اید با این کار می‌توانید ذهنیت خوبی را در مشتری ایجاد کنید و مشتری

احساس خواهد کرد که با شرکت بزرگی تماس گرفته است.

در زمان‌هایی که شرکت تعطیل است به جای آنکه بگویید لطفا پیام خود را بگذارید می‌توانید به معرفی شرکت پرداخته سپس از مشتری بخواهید پیام بگذارد.

در تهیه پیام مناسب همواره به یاد داشته باشید که مشتریان بسیار پرمشغله هستند. به جای گفتن مقدمه یا مطالبی که مشتری از آن آگاه است، مستقیماً به خدمات و محصولات بپردازید. پیام را تا حد ممکن کوتاه و قابل فهم نگه دارید. مشتریان هیچ‌گاه فرصت ندارند تا مثلاً ۱۰ دقیقه به توضیحات ضبط شده شما گوش کنند. برای دلنشین‌تر شدن پیام می‌توانید آن را با موسیقی ملایمی همراه سازید.

اگر توانایی تهیه دستگاه‌های گران‌قیمت پاسخگوی تلفنی را ندارید می‌توانید از نرم‌افزارهایی که برای این کار تهیه شده‌اند استفاده کنید. کافی است کامپیوتر شما به مودم مجهز باشد تا آن را تبدیل به سیستم پاسخگوی خودکار تلفنی کنید.

۵. از اینترنت استفاده کنید

اینترنت ابزاری جدید برای بازاریابان است که امکانات بی‌نظیری در اختیار شما قرار می‌دهد. تبلیغات اینترنتی نوع جدیدی از تبلیغات است که بسیاری از صاحبان کسب‌وکار به اهمیت آن پی نبرده‌اند. اینترنت مانند کتابخانه‌ای عظیم است که هرگونه اطلاعاتی در آن یافت می‌شود. تنها باید بتوان آن را پیدا کرد. راز موفقیت در اینترنت آن است که بتوانیم کاری کنیم که دیگران به راحتی ما را پیدا کنند.

به طور کلی دو راه برای تبلیغ در اینترنت دارید. راه اول آن است که خودتان یک وبسایت داشته باشید و مشتریان با جست‌وجو شما را بیابند و از خدمات و محصولات شما استفاده کنند. ساخت وبسایت هر روز ارزان‌تر و آسان‌تر می‌شود و با صرف هزینه‌ای اندک می‌توانید وبسایتی مناسب داشته باشید. البته برای داشتن وبسایتی کاملاً حرفه‌ای با امکاناتی مانند فروش آنلاین و ... باید هزینه‌ای در حدود یک تا چند میلیون تومان بپردازید؛ ولی اگر هدف شما صرفاً معرفی کسب‌وکارتان با

چند صفحه متن و چند عکس باشد، این کار با مبلغ بسیار کمتری قابل انجام است. راه دوم آن است که بدون داشتن وبسایت به تبلیغات اینترنتی بپردازید؛ مثلا در سایت‌های پر بیننده در زمینه کاری شما تبلیغ کنید و از بازدیدکنندگان بخواهید برای دریافت اطلاعات بیشتر با شما تماس تلفنی بگیرند.

۶. استفاده از لباس‌های رسمی

بسیار جالب است که مردم به افرادی که لباس رسمی پوشیده‌اند احترام بیشتری می‌گذارند زیرا احساس می‌کنند افراد تصمیم‌گیرنده و مهمی هستند. تصور کنید که می‌خواهید با هواپیما مسافرت کنید. اگر ببینید خلبان یک تیشرت معمولی پوشیده است چه احساسی به شما دست می‌دهد؟ آیا اطمینان مسافران کمتر نخواهد شد؟

اگر شما و کارکنان با لباس مناسب در محل کار ظاهر نشوید شاید باعث تاثیر نامناسب بر دیگران شود. البته تهیه یونیفرم معمولا پرهزینه است؛ ولی می‌توان آن را به عنوان بخشی از بودجه بازاریابی در نظر گرفت. البته اگر نمی‌توانید یونیفرم تهیه کنید، حداقل می‌توانید نوع خاصی از لباس با رنگی مشخص بپوشید؛ مثلا تمامی کارکنان پیراهن سفید با شلوار مشکی بپوشند حتی کسب‌وکارهای بسیار کوچک می‌توانند از این روش استفاده کنند. مشتریان وقتی شما و کارکنان را ببینند که با لباس‌هایی مناسب و یکدست در محل کار ظاهر می‌شوید، احساس آرامش و امنیت خواهند کرد.

شاید برای شما هم پیش آمده باشد که به فروشگاه‌های مراجعه می‌کنید و ظاهر و لباس عجیب و غریب فروشنده باعث می‌شود که احساس راحتی نکنید و حتی از خرید منصرف شوید.

۷. از بسته‌بندی محصولات بهترین استفاده را ببرید

بسیاری از کسب‌وکارها محصولات خود را در جعبه یا بسته‌بندی خاصی ارائه می‌کنند. بسته‌بندی شاید یک کیسه معمولی باشد یا حتی جعبه چوبی گران‌قیمت خاص. بسته‌بندی این امکان بی‌نظیر را فراهم می‌کند تا شغلتان را به دیگران معرفی کنید. وقتی مشتری محصولی را می‌خرد معمولاً آن را به دیگران نیز نشان می‌دهد. اگر از جعبه یا بسته‌بندی خاصی استفاده می‌کنید چرا آن را به عنوان فرصتی برای فروش بیشتر در نظر نگیرید؟ حتی اگر از کیسه پلاستیکی استفاده می‌کنید می‌توانید روی آن نام و لوگوی کسب‌وکار و ساعات کاری و شماره تلفن و حتی محصولات و خدمات را بر آن چاپ کنید.

ایده پرسود دیگر گذاشتن کاغذ معرفی محصولات دیگر در بسته‌بندی تمامی محصولات است. اگر فردی از شما خرید کرد به احتمال زیاد مجدداً خرید خواهد کرد و حتی شاید شما را به دوستان خود توصیه کند.

کتاب‌فروشی‌ها می‌توانند به خوبی از این روش استفاده کنند و همراه هر کتاب، فهرستی از کتاب‌های پرفروش ماه و کتاب‌های حراجی را ضمیمه کنند.

فروشگاهی بزرگ در ژاپن بر کیسه‌های خود نقشه کاملی از شهر توکیو را چاپ کرده است و در نقشه، محل فروشگاه خود را مشخص کرده است و به این طریق به تبلیغ کسب‌وکار خود می‌پردازد.