



## بازیابی مشتریان از دست رفته

در تمامی کسب و کارها مشتریان غیرفعال و از دست رفته‌ای وجود دارند؛ افرادی که قبلاً از شما خرید می‌کردند و دیگر خرید نمی‌کنند. گروه دیگر افرادی هستند که با شما در تماس هستند، ولی تاکنون خریدی انجام نداده‌اند. معمولاً در بسیاری از موارد، کوتاهی از طرف ما باعث چنین اتفاقی می‌شود. هرچه زودتر دست به کار شوید این بازیابی مشتریان را شروع کنید.

## چرا آن‌ها خرید نمی‌کنند؟

### • کمبود تماس

پس از فروش اگر ارتباط خودتان را با مشتریان حفظ نکنید، به احتمال خیلی زیاد، فروش‌های بعدی را از دست خواهید داد. این ارتباط می‌تواند از طریق پیامک، تلفن، نامه، ایمیل و ... باشد.

### • پیگیری نکردن

وقتی فردی تمایل خود را برای خرید اعلام می‌کند، ما به اندازه کافی موضوع را پی‌گیری نمی‌کنیم و فقط اطلاعاتی به فرد علاقه‌مند می‌دهیم و منتظر می‌مانیم.

### • پرمشغله بودن برای جذب مشتریان جدید

گاهی خود را آنقدر درگیر جذب مشتریان جدید می‌کنیم که مشتریان قبلی را به فراموشی می‌سپاریم و فکر می‌کنیم که مشتریان قبلی چون دیگر مشتری ما هستند نیازی به توجه فراوان ندارند.

### • تنبلی

همگی ما به عنوان مدیران و بازاریابان گاهی تنبلی می‌کنیم. مثلاً مشتری اطلاعات خاصی را در مورد محصول ما خواسته است که در دسترس نیست و نیاز به چند دقیقه تحقیق در اینترنت دارد. یا مشتری پیشنهادی خاصی برای خرید می‌دهد که خارج از فهرست قیمت استاندارد ما است. ما باید نیم ساعت وقت اختصاص داده و پیشنهاد او را بررسی کرده و به او جواب بدهیم، ولی چون علاقه‌ای به این کار نداریم کار را به تعویق می‌اندازیم تا حدی که مشتری از خرید منصرف می‌شود.

## شما روی معدن طلا نشسته‌اید

فهرست مشتریان و علاقه‌مندان محصولات و خدمات شما چه ۵۰۰ عضو داشته باشد چه ۵۰۰.۰۰۰ نفر، معدن طلائی است که می‌توان به راحتی از آن بهره‌برداری کرد.

تقریباً ۹۰ درصد اعضای فهرست شما غیرفعال هستند، به این معنی که در سال گذشته از شما خرید نکرده‌اند. اگر بدانید این موضوع چه هزینه‌ای برایتان دربر دارد، سریعاً تمرکز خود را از جذب مشتریان جدید به مشتریان مورد غفلت واقع شده معطوف می‌کنید!

مواردی که لازم است بدانید...

• علاقه‌مندان متناسب و فروش/ماه

• عمر وب‌سایت

- هزینه ماهانه تبلیغات
- نگهداری/به‌روز کردن سایت
- نگهداری ماهانه (هاستینگ، ای.اس.پی، کارمندان و غیره)

## گام اول برای بازیابی مشتریان

ابتدا درون خود را بررسی کنید. اگر کسی از شما ایراد گرفت، تدافعی و عصبانی نباشید. فقط دنبال مشتریان همیشه موافق نباشید که تمام کارهای شما را تایید می‌کنند. چنین مشتریانی باعث بهتر شدن محصولات و خدمات شما نخواهند شد. به راحتی انتقادات مشتریان را بپذیرید. اگر مشتریانی با پیشنهادات مختلف برای بهتر شدن کارتان با شما تماس می‌گیرند، پیشنهادهای آن‌ها را ثبت کنید و در فرصتی مناسب بررسی کنید.

## گام دوم برای بازیابی مشتریان

اگر لازم است، اعتراف کنید که در پاسخگویی به آنان کوتاهی کرده‌اید. به آنها بگوئید که می‌خواهید از اول شروع کنید و اگر این فرصت به شما داده شود نشان خواهید داد که می‌توانید جبران کنید.

## گام سوم برای بازیابی مشتریان

به آن‌ها دلیل علاقه‌شان به کسب و کارتان را یادآوری کنید. همه فواید و مزایای محصولات و خدمات خود را به آن‌ها یادآوری کنید. سپس دلیل قانع‌کننده‌ای بیاورید که بازگردند یا فرصت دیگری به شما بدهند. به زمانی اشاره کنید که به خوبی با هم کار می‌کردید و دو طرف سود می‌بردید.

## گام چهارم برای بازیابی مشتریان

جوایز، محصولات رایگان، تخفیف و .. ارائه کنید تا فعالانه ارتباط با شما را از سر گیرند. در واقع شما به آنها انگیزه‌ای می‌دهید تا باز با شما کار کنند.

["message\_box text\_color="light]

## هنگام تماس با مشتریان غیرفعال

- از مشتری به خاطر خرید از شما در گذشته، تشکر کنید.
- هدیه‌ای به آن‌ها بدهید.
- دلیل مشخصی مثل فروش ویژه ارائه کنید که نشان دهد چرا باید سریع‌تر اقدام کنند.
- محدوده زمانی و کمیاب بودن را در این پیشنهاد لحاظ کنید.
- عنصر انحصاری بودن را به آن اضافه کنید، یعنی نشان دهید کار با شما مزایایی دارد که رقیبان ندارند.

[message\_box/]

تکرار فروش، هدف اصلی بازاریابی است. درآمد، نتیجه تعداد افراد فهرست شما نیست، بلکه نتیجه پشتیبانی از آن‌هاست! از امروز بازاریابی مشتریان غیرفعال را آغاز کنید! برای تکمیل اطلاعات در این زمینه توصیه می‌کنیم مقاله «[قانون ۱۰ قدم برای جذب مشتری](#)» را هم مطالعه کنید.