



## ۵ دلیل ساخت باشگاه مشتریان

باشگاه مشتریان، سیستمی سازمان‌یافته از ارتباط با مشتری است. سیستمی که در آن، هم به صورت حضوری و هم به صورت الکترونیکی با مشتریان رابطه دائمی دارید. این ارتباط شخصی، تک‌به‌تک بوده و تایید می‌کند که شما از اهمیت هر مشتری نسبت به کسب‌وکارتان آگاه هستید. **باشگاه مشتریان، سرچشمه تبلیغات دهان‌به‌دهان برای فروشگاه شما خواهد بود.**

تبلیغات دهان‌به‌دهان یکی از بهترین روش‌ها و شاید موثرترین روش تبلیغات در عصر حاضر است. روشی که می‌تواند کسب‌وکار شما را با هزینه ناچیز در بین اقشار مختلف مردم و مشتریان بالقوه در کشور خودتان و هم‌زمان در سطح جهانی مطرح کرده و به توسعه آن افزوده و باعث افزایش مشتریان بالفعل و در نتیجه رشد سود و درآمد آن گردد.

در تبلیغات دهان‌به‌دهان وقتی کسی از خدمات و کالای شما رضایت داشته باشد، شما می‌توانید او را با خدمات متناسب جذب کرده و راضی نگه دارید. این شخص

به نوعی پیک رایگان برای شما خواهد بود و در هر زمان که صحبت از کالای خدماتی متناسب با حیطه کاری شما باشد مطمئناً نامی از شما بر زبان خواهد آورد.

در گذشته بازاریابی دهان به دهان به پدیده صرفاً محاوره‌ای و شفاهی محدود بود؛ اما اکنون انواع دیگر گفتگوها (از قبیل ایمیل و محتوای اینترنتی) نیز کاربرد دارند. در این نوع گفتگوها، منبع، بسیار معتبر است. از این رو نسبت به سایر روش‌های ارتباطی فرق می‌کند؛ یعنی شخصی که اطلاعات را ارائه می‌دهد، از نظر شخصی که اطلاعات دریافت می‌کند، منبعی کاملاً معتبر است. به خصوص وقتی که آن فرد، شخصی که به او اطلاعات ارائه می‌دهد را می‌شناسد.

می‌توان گفت باشگاه مشتریان که در نتیجه بازاریابی دهان به دهان تشکیل می‌شود، نفع زیادی برای کسب و کار شما خواهد داشت. از جمله موارد زیر:

## ۱. باشگاه مشتریان سطح وفاداری مشتری را افزایش داده و تقویت می‌کند

چنانچه یک مشتری، پیش دوست یا همکار خود از فروشگاه شما با نیکی یاد و تعریف کند، این کار تعهد او نسبت به کسب و کار شما را تقویت خواهد کرد. هر بار که چیزی مثبت درباره فروشگاه شما به دوستانش می‌گوید، تعهدی را ادا می‌کند که باورها و احساسات او را در مورد فروشگاه شما معتبر ساخته و تصدیق می‌نماید. هنگامی که تجربه مثبت دیگری داشته باشد، مجدداً به همه انتقال خواهد داد. به علاوه، تعداد افرادی که از شما به آن‌ها می‌گوید میزان وفاداری او را نشان می‌دهد.

## ۲. باشگاه مشتریان موجب رونق کسب و کار خواهد شد

با هر فرصتی که برای گفتگو درباره فروشگاه شما پیش می‌آید، مشتری‌تان یادآور تجربه مثبت خود می‌شود، در نتیجه مجدداً و به زودی به فروشگاه شما سر می‌زند. مشتریانی که اغلب از فروشگاه شما دیدن می‌کنند، هر بار بیشتر خرج کرده و نسبت به کسانی

که کمتر از فروشگاه شما دیدن می‌کنند، از سهم خرید بالایی بهره‌مند خواهند شد.

### ۳. باشگاه مشتریان، هزینه بازاریابی را کاهش خواهد داد

اگر باشگاه مشتریان قوی‌ای داشته باشید، هزینه‌های تبلیغ فروشگاه شما کاهش پیدا می‌کند. شاید بتوانید مقدار تبلیغات سنتی (آگهی در روزنامه، رادیو، تلویزیون و...) که احتمالاً در حال حاضر با آن‌ها سرکار دارید را کاهش دهید.

### ۴. باشگاه مشتریان شما را از رقابت دور نگه می‌دارد

هر چه مشتری نسبت به فروشگاه شما وفادار باشد، احتمال توجه او به رقیب کم می‌شود. این حقیقت است که برخی از انسان‌ها می‌خواهند تجربه‌های جدیدی کسب کنند. حتی بیشتر مشتریان وفادار شما هم ممکن است رقیبی را یکی دو بار بررسی کنند. آن‌ها از این تجربه استفاده می‌کنند تا این نکته که بار اول انتخاب درستی کرده‌اند را ثابت کنند.

### ۵. باشگاه مشتریان سطح وفاداری کارمندان را افزایش می‌دهد

مشتریان خوشحال و راضی که مجدداً برمی‌گردند، موجب شادی بیشتر کارمندان می‌شوند. این فرایند را می‌توان یک روند دایره‌ای فرض کرد. برای مثال در یک رستوران، مشتریان وفادار در مقایسه با مشتریان بی‌وفا معمولاً انعام خوبی می‌دهند. آن‌ها دوستان خود را به رستوران ارجاع خواهند کرد و این دوستان شاید حتی از همان خدمتکار بخواهند که به مشتریان وفادار خدمت کند. این امر روحیه و کار مثبت خدمت کار را مثبت‌تر می‌کند.

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

منبع: کتاب «تبلیغات دهان به دهان»

نویسنده: استیو اولیری، کیم شیهان

ناشر: کهکشان دانش

ترجمه: خلیل رضوی

[message\_box/]