



آیا می‌خواهید کسب‌وکارتان به سرعت رشد کند؟

شاید عجیب به نظر برسد؛ ولی اغلب کسب‌وکارها شرایط مناسبی ندارند؛ فقط به این دلیل که به بدیهیات کسب‌وکار توجهی ندارند.

راهکار رشد خیلی از کسب‌وکارهای ایرانی استفاده از یک ترفند پیچیده بازاریابی یا نصب نرم‌افزار CRM پیشرفته نیست! آقای وینس لومباردی - مربی فوتبال - می‌گوید: «برای قهرمان شدن، کافی است در اصول اولیه، عالی عمل کنیم.»

برای بهبود اوضاع کسب‌وکارتان، تصمیم بگیرید بر اصول اولیه کسب‌وکار تمرکز کنید. در این مقاله به چهار مورد بدیهی می‌پردازیم که اغلب کسب‌وکارها در آن، ضعیف هستند. عالی شدن در این چهار مورد، حتما باعث رشد سریع کسب‌وکارتان می‌شود؛ حتی اگر نرم‌افزار CRM یا سایت فوق‌العاده‌ای نداشته باشید. □

۱. خوش قولی

یکی از بزرگ‌ترین و دردناک‌ترین مشکلات اغلب کسب‌وکارها از دید خریدار، «بدقولی» است! اگر خوش‌قول نباشیم و در این زمینه ضعف داشته باشیم، به راحتی مشتریان خیلی زیادی را از دست خواهیم داد و فرصت‌های جدید فراوانی از دست خواهد رفت. خوش‌قولی قبل از خرید اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر قول می‌دهیم قیمت محصولی برای مشتری بفرستیم یا سوالی را تا یک ساعت پاسخ بدهیم و سپس این کار را انجام نمی‌دهیم، نمی‌توانیم توقع داشته باشیم فروش بیشتر شود!

اغلب کسب‌وکارها قبل از فروش، قول‌هایی می‌دهند که به محض دریافت پول از مشتری، آن را به فراموشی می‌سپارند. اخیراً چند خرید داشتم که فروشنده قول داد به محض واریز وجه، محصول ارسال خواهد شد؛ ولی پس از واریز وجه به راحتی به تماس پاسخ نداد تا آن روز کاری به پایان رسید. حتی روز بعد هم محصول ارسال نشد. پس از چند روز تلاش و پیگیری، بالاخره محصول به دستم رسید. واضح است که دیگر هیچ‌گاه از آن فروشنده خرید نخواهم کرد. موضوع به همین سادگی است. یک بدقولی می‌تواند باعث شود کسب‌وکاری را برای همیشه کنار بگذاریم.

البته مسلم است هرچقدر هم تلاش کنیم درصد خیلی کمی از بدقولی‌ها وجود خواهد داشت؛ ولی خیلی خوب است که به عنوان یک کسب‌وکار خوش‌قول و دقیق شناخته شویم.

۲. احترام به مشتری

دومین مورد بدیهی که خیلی از کسب‌وکارها به آن توجهی نمی‌کنند، احترام قائل شدن برای خریدار است. خیلی از برندها شعارهای سازمانی اثرگذار و چشمگیری دارند؛ ولی کافی است یک بار به آن‌ها مراجعه کنید تا متوجه شوید، این شعارها فقط برای تزئین دیوارها طراحی شده‌اند و نه کمک به مشتری.

لباس و ظاهر فروشنده تاثیر بسیار زیادی بر مخاطب دارد. لحن و نوع صحبت هم

همین‌طور. زبان بدن هم بیش از آنچه فکر می‌کنید مهم است. وقتی از فروشنده می‌خواهیم لباسی را از انبار برایمان می‌آورد و او نفس معنی‌داری می‌کشد کار تمام است! با همین نفس عمیق به خریدار می‌گویید: «شما یک فرد مزاحم هستید و از من درخواست بی‌موردی دارید که جزو وظایف من نیست!»

احترام گذاشتن تصنعی، اغلب از بی‌احترامی هم بدتر است. یک بار برای خرید به یک فروشگاه زنجیره‌ای بزرگ و معروف مراجعه کرده بودم. دو نفر از فروشندگان باهم مشاجره لفظی داشتند. وقتی به من نگاه می‌کردند، درحالی که چهره‌شان از عصبانیت افروخته بود، لبخند می‌زدند. چنین لبخندی به‌هیچ‌وجه احترام محسوب نمی‌شود.

البته احترام به مشتری به این معنی نیست که همیشه حق را به او بدهیم و با تمام خواسته‌هایش موافقت کنیم؛ ولی حتی مخالفت را هم می‌توانیم با احترام بیان کنیم.

۳. بازاریابی منظم و هدفمند

اگر از شما بپرسم دلیل خشک شدن گل در گلدان چیست، احتمالا اولین موردی که به ذهنتان می‌رسد آن است که آیا به اندازه کافی به آن گل آب می‌دهید یا نه. اگر به گل آب نمی‌دهیم، نمی‌توانیم توقع داشته باشیم که پژمرده نشود.

بسیاری از کارآفرینان هیچ عملیات بازاریابی منسجمی انجام نمی‌دهند و معترض هستند که چرا کسب‌وکار ما با رکود مواجه است یا چرا فروش روند نزولی دارد. اگر در بحران‌ها قرار داریم، شاید به صورت مقطعی فروش کمتر شود، ولی حتی در این شرایط بهتر است تلاش‌های بازاریابی را متوقف نکنیم.

بازاریابی باید منظم و هدفمند باشد. اینکه گاهی بدون هیچ نظم مشخصی بازاریابی کنیم کافی نیست. همچنین بازاریابی باید هدف مشخصی را دنبال کند. مثلا بدانیم هدف ما از این عملیات بازاریابی دقیقا افزایش فروش کدام محصول است.

۴. جذب و حفظ کارکنان خارق‌العاده

مورد بدیهی دیگری که باعث رشد کسب‌وکار ما می‌شود و به آن توجه کافی نداریم «جذب و حفظ کارمندان خارق‌العاده» است.

ما در بدترین شرایط هم نباید به استخدام و حفظ کارمندان معمولی قانع شویم. همیشه بالاترین معیارهای ممکن را برای افرادی قرار است به کسب‌وکارتان کمک کنند در نظر بگیرید.

گاهی به‌سادگی این معیار را زیر پا می‌گذاریم و فقط به این دلیل که فردی از مجموعه ما جدا شده است و چند روز با بحران مواجه شده‌ایم، یک فرد خیلی معمولی و نامناسب را جایگزین می‌کنیم تا از این بحران موقتی خارج شویم. این کار در آینده ضررهای بزرگی به کسب‌وکارمان وارد خواهد ساخت.

برای کارمندان بالاترین معیارهای ممکن را در نظر بگیرید و این شجاعت را داشته باشید که اگر احساس می‌کنید فردی در کار شما مناسب نیست با او صحبت کنید و در صورت لزوم او را اخراج کنید.

وقتی می‌خواهید فرد جدیدی را استخدام کنید، به‌هیچ‌وجه معیارهای خودتان را پایین نیاورید و سعی کنید بهترین فرد ممکن را استخدام کنید. این کار شاید سخت و زمان‌بر باشد. ولی درنهایت باعث بهبود کسب‌وکارتان می‌شود.