



چرا مشتری خرید می‌کند؟

هنگامی که مشتری تصمیم به خرید چیزی دارد، به عنوان یک فروشنده حتما دوست دارید اولین فردی باشید که به شما مراجعه می‌کند. ولیکن رقبای شما نیز آماده پاسخگویی به نیازهای مشتریان هستند.

چه عاملی موجب می‌شود که مشتری مکان خاصی یا بهتر است بگوییم از بین رقبای مختلف یکی را برای خرید انتخاب می‌کند. این همان چیزی است که ذهن شرکت‌های مختلف را به خود مشغول ساخته است. بهتر است بدانید که حتی مشتریان نیز اغلب مواقع پاسخی برای این سوال پیدا نمی‌کنند.

در نظر آنان، خرید نوعی حمایت در جهت افزایش بازدهی و بهبود سرویس‌دهی تجاری است، ولیکن در واقع چیزی که بیشتر نظر مشتریان را به خود جلب می‌کند و آن را دقیقا زیر نظر می‌گیرند لباس، کفش، مارک تجاری هنرپیشه‌ای است که برای تبلیغات شرکت خاصی صحبت می‌کند و بر طبق آن بازارهای خرید را شکل می‌دهند، البته عوامل زیادی در این موضوع که چطور از رقبای خود پیشی بگیرید، نقش دارند

که چند مورد مهم عبارت‌اند از:

آگاهی

آگاهی یعنی شناخت کامل مشتری از شما در بازه زمانی زیاد، اگر به خوبی شناخته نشوید هرگز از شما خرید نمی‌کنند، پس بر روی بازاریابی خود کار کنید تا جایی که اطمینان داشته باشید برای مشتریان خود شناخته شده هستید و نگران هزینه بازاریابی نباشید که بازده آن در آینده‌ای نزدیک به طور کامل هزینه را پوشش خواهد داد.

دو شیوه موثر در افزایش آگاهی عبارت‌اند از:

۱. تبلیغات

تبلیغات و راه‌های دیگر بازاریابی نام شما را در مقابل کالا به مشتری معرفی می‌کند حتی اگر خریدی از شما نشود تبلیغات نام و سابقه شما را در یاد مشتری زنده نگه می‌دارد.

۲. موقعیت

اگر به کاری مشغول هستید که مشتریان به شما مراجعه می‌کنند برای مثال رستوران یا مغازه خرده‌فروشی دارید، سعی کنید مکانی را برای کسب‌وکار پیدا کنید که محل عبور افراد باشد یا اگر با ماشین از آنجا عبور می‌کنند بتوانند لحظه‌ای توقف کنند، مکانی را پیدا کنید که دید خوبی داشته باشد.

مزایا و شکل ظاهری کالا

شکل ظاهری کالا همان خصیصه مهمی است که آن را از رقبای شما متمایز می‌کند، مزایای کالا نیز چیزی است که منجر به بهبود زندگی مشتری و کسب‌وکار شما می‌شود.

برای مثال چیزی که در یک سبزی‌فروشی نظر مشتری را به خود جلب می‌کند، کاهویی است که ظاهری آراسته و بدون آفت‌کش را داشته باشد برای اینکه هدف مشتری سلامت خود و خانواده و مصونیت از زیان مواد شیمیایی است.

کلید موفقیت

بر روی کیفیت بیش از ظاهر کالا توجه داشته باشید مشتریان می‌خواهند بدانند کالای خریداری شده چه مزایایی را در آینده برای آنان در بر خواهد داشت و مورد مذکور با توان زیاد آنان را به سوی خرید کالاسوق می‌دهند.

قیمت

انتخاب قیمت مناسب کالا نسبت به رقبا همان چیزی است که ذهن مشتری را به سمت خرید کالای شما هدایت می‌کند، اغلب اوقات تعدادی از مشتریان به قیمت بالا واکنش زیادی نشان می‌دهند. در حقیقت قیمت، یک محرک قوی به حساب می‌آید در این صورت باید تلاش کنید قیمت را تا حد امکان پایین نگه دارید. تعدادی دیگر از مشتریان بدنبال کالای لوکس با قیمت بالا هستند در این صورت قیمت بالا حتی برای آنان جذاب نیز هست، به طور مثال کیف‌های دستی کوچک و گران‌قیمت را در نظر بگیرید. تعدادی از مردم در جست‌وجوی کیفیت مطلوب هستند و کمیت برای آنان اهمیتی ندارد.

مارک تجاری و ماندگاری کالا

مارک‌های تجاری نیز یکی دیگر از محرک‌های قوی در جهت جلب نظر مشتری به حساب می‌آیند، مارک‌های تجاری در گسترش ارتباط میان مشتری و کالا و آشنایی بیشتر با سطح آرامش و راحتی کالای مذکور بسیار موثر است، همچنین در شرکت‌های کوچک یا افرادی که به تنهایی تجارت می‌کنند زمان ماندگاری کالای آنان برتر از

مارک‌های تجاری در نظر مشتریان است.

انعام

به مشتریان خود تخفیف یا هدیه‌ای یادبود دهید و آن دسته که از کالای شما راضی هستند را تشویق کنید تا آن را در بین افراد دیگر رواج دهند و به مشتریان قدیمی از طریق فرستادن ایمیل یا کارت‌های زیبا و جدید کمک کنید تا کالای شما را به یاد آورند.

موارد مذکور را روهاندا آبرامس مدیر برنامه‌ریزی خرید یکی از شرکت‌های آمریکایی و مسئول چاپ چندین کتاب در این زمینه مطرح کرده است که امیدوار است در افزایش کارایی شما به عنوان یک فروشنده در یک شرکت یا مکان دیگری موثر واقع شود.