۵ راه شگفت‌زده کردن مشتریان

کیمبرلی ده‌سیلوا / مجله خلاقیت شماره ۱۱۶

قبل از شروع هر کاری، از خود بپرسید: «آیا کاری که می‌کنید قابلیت تاثیرگذاری بر مشتری‌ها را دارد؟» اگر نتوانید جواب این سوال را پیدا کنید، به احتمال زیاد کسب‌وکارتان مشتریان ثابتی نخواهد داشت.

بر اساس نوشته سایت کرون: «تاثیرگذار بودن یعنی محصولات و خدمات‌تان فراتر از حد انتظار مشتری‌ها باشد». شما به عنوان مدیران کسب‌وکارهای کوچک نسبت به رقیبانتان یک مزیت دارید، مشتری‌های شما کم‌تر هستند و راحت‌تر می‌توانید آن‌ها را تحت تاثیر قرار دهید.

تاثیرگذار بودن کسب‌وکارهای کوچک به قدری مهم است که باید یکی از اصل‌های ارتباط شما و مشتری‌ها باشد. چرا؟ زیرا اگر بتوانید آن‌ها را تحت تاثیر قرار بدهید،

مشتری‌های ثابتی پیدا خواهید کرد که آن‌ها نیز با تعریف کردن از برند شما باعث جذب مشتری‌های جدید می‌شوند.

اکنون سوال اینجاست که چگونه مشتری‌ها را تحت تاثیر قرار دهید؟ اگر شما مشتری‌هایتان را بشناسید، متوجه می‌شوید چه چیزی آن‌ها را شگفت‌زده می‌کند. با توجه به نکات زیر، شما می‌توانید عامل تاثیرگذار مخصوص کسب‌وکار خود را پیدا کنید.

۱. استفاده از دست‌خط خودتان

چه چیزی به مشتری‌ها نشان می‌دهد که شما برای آن‌ها وقت بیشتری گذاشته‌اید؟ یک دست‌نوشته! ما این روزها به ندرت یادداشت یا دست‌نوشته دریافت می‌کنیم؛ اما حتما به یاد می‌آورید که وقتی از دوستان کارت پستال یا نوشته‌ای دریافت می‌کردید، چقدر هیجان‌زده می‌شدید. «ایتسی» سفارش من را با این یادداشت تحویل داد: «ممنون کیمبرلی، امیدوارم از خریدت لذت ببری!» من بسیار تحت تاثیر قرار گرفتم و به سرعت عکسش را در «اسنپ چت» به اشتراک گذاشتم. این کار نیازمند اختصاص دادن وقت بیشتر برای هر مشتری است اما نتیجه بسیار خوبی خواهد داشت.

۲. اهمیت بسته‌بندی

در سال ۲۰۱۶، ۵۱ درصد از خریدها به صورت آنلاین بود. سفارش‌های آنلاین باید برای مشتری‌ها ارسال شوند؛ بنابراین بسته‌بندی آن‌ها باید متفاوت باشد. کاری کنید که باز کردن بسته‌بندی به یک لحظه خاطره‌انگیز تبدیل شود. زمانی که از یک شرکت محلی جواهری خریدم، آن را در یک کیسه کوچک که در جعبه‌ای براق قرار داشت، به همراه یک بروشور کوچک درباره شرکت و چند برچسب تحویل دادند. همه چیز طوری طراحی شده بود که باز کردن بسته‌بندی را جذاب‌تر کند. شما هم با دقت در بسته‌بندی می‌توانید مشتری‌ها را تحت تاثیر قرار دهید.

۳. اعتماد به مشتری

گاهی اوقات اعتماد کردن به مشتری‌ها می‌تواند بهترین راه برای تحت تاثیر قرار دادن آن‌ها باشد. سرپرست بازاریابی ما، کوین اسرج، یک آباژور از یک شرکت لوازم خانگی خریده بود؛ بعد از باز کردن بسته‌بندی متوجه شد یکی از پایه‌ها کمی آسیب دیده است؛ او با شرکت تماس گرفت، در حالی که هنوز تردید داشت؛ زیرا به احتمال زیاد باید برای برگرداندن آن بسته بزرگ به شرکت هزینه‌ای پرداخت می‌کرد؛ اما در کمال تعجب آن‌ها جنس جدیدی ارسال کردند و جنس قبلی را برای اثبات از مشتری نخواستند. آن‌ها همه چیز را برای مشتری آسان کرده بودند. واضح است که این کار هر کسی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و او را برای خریدهای بعدی مشتاق‌تر می‌کند.

٤. هدیه‌ها تاثیرگذارند

مردم عاشق وسایل مجانی هستند اما تاثیر یک هدیه دور از انتظار و هوشمند بسیار بیشتر است. سال گذشته یکی از دوستانم دندان عقلش را کشیده بود. کشیدن دندان معمولا تجربه جالبی نیست اما بسته‌ای که در روز بعد دریافت کرد این تجربه را برای او کمی خوشایندتر کرد. درون بسته یک کارت هدیه ده دلاری برای خرید ماست یخ‌زده و یک یادداشت از دندان‌پزشک او بود. او نوشته بود که ماست یخ‌زده به بهبود درد لثه‌هایش کمک خواهد کرد حتما شما می‌توانید واکنش ما و دوستم را تصور کنید، بله ما بسیار شگفت‌زده شدیم.

۵. و حالا کمی تفاوت

مردم زمانی تحت تاثیر قرار می‌گیرند که شما کارهای معمولی را به صورت خارق‌العاده انجام دهید. همه ما از خراب شدن وسیله محبوبمان پس از کمی استفاده ناامید می‌شویم. معمولا مشتری باید به دنبال رسید خرید بگردد تا اگر کالا هنوز شامل گارانتی می‌شود آن را تعویض کند؛ اما یک کارخانه چاقوسازی در سن‌دی‌گو (این کارخانه متعلق به دو فرد با تجربه است که برای ارتش چاقو

می‌سازند) عکس‌العمل متفاوتی دارد؛ آن‌ها به محصولات خود اعتماد زیادی دارند؛ بنابراین چاقوهای آن‌ها گارانتی مادام‌العمر دارند؛ آن‌ها با این تفاوت مشتری‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهند.

داشتن مشتری‌هایی که از کار شما راضی باشند خوب است اما داشتن مشتریانی که از کار شما لذت برده‌اند، لازمه رشد و توسعه کسب‌وکارتان است؛ بنابراین سعی کنید و به یاد داشته باشید که تداوم این کار رمز موفقیت شما است.