



۴ روش ساده یافتن مشتری

مجله Entrepreneur - ترجمه و بومی‌سازی تیم مدیرسبز

مهم‌ترین فعالیت یک کسب‌وکار، یافتن خریداران و مشتریان جدید است. شاید بهتر باشد به جای «یافتن مشتری» از اصطلاح «خرید مشتری» استفاده کنیم. چرا؟ یافتن و جذب هر مشتری نیاز به صرف وقت و هزینه دارد. اگر همیشه به‌یاد داشته باشیم که همیشه باید در حال «خرید مشتری» باشیم، وقت و هزینه لازم را اختصاص خواهیم داد. همچنین همیشه در حال یافتن روش‌های ارزان‌تر و به‌صرفه‌تر جذب مشتری خواهیم بود.

اگر صاحب کسب‌وکار جدیدی هستید کارت‌تان سخت‌تر است؛ چون از منابع و بودجه محدودتری برخوردار هستید. راهکار بسیاری از کارآفرینان تازه‌کار آن است که در فروش‌های اول هیچ سودی دریافت نکنند تا خریدار به مشتری تبدیل شود و کم‌کم به کسب‌وکار سود برساند. این کار بسیار هوشمندانه است.



اگر مشتریان ثابت کافی ندارید از چهار روش «یافتن مشتری» استفاده کنید هرچه زودتر مشتریانی داشته باشید که با خریدشان به شما سود می‌رسانند.

۱. تبلیغات

تبلیغات برای بسیاری از کارآفرینان تازه‌کار بسیار ترسناک به نظر می‌رسد. کلید تبلیغات موفق، ایجاد فروش و کسب مشتری در ازای مبلغی است که هزینه می‌کنید. پس باید خیلی تحقیق کنید تا بتوانید در تبلیغات خود حرفی بزنید که برای بازار هدف جذاب و انگیزاننده باشد. اگر نتوانید در چند جمله ارزش محصولتان را به افراد غریبه نشان بدهید، هیچ‌وقت در تبلیغات موفق نخواهید بود.

تبلیغات رادیویی

تبلیغات رادیویی می‌تواند یک گزینه پربازده باشد که بسیاری از کارآفرینان از آن اطلاع ندارند. اغلب می‌توانید به جای تبلیغات محض، مبلغی بپردازید و یک برنامه آموزشی کوتاه داشته باشید که در نهایت محصول شما را تبلیغ می‌کند. حتی بسیاری از این برنامه‌ها یک مجری در اختیار شما قرار می‌دهند که سوالات موردنظرتان را می‌پرسد و شما پاسخ می‌دهید. این نوع برنامه‌ها خیلی جذاب‌تر است و باعث فروش بیشتر می‌شود.

تبلیغ در مجلات و روزنامه‌ها

اگرچه اشتراک افراد در روزنامه‌ها در سال‌های اخیر کاهش یافته است، اما هنوز هم گزینه ارزشمندی برای جذب مشتریان جدید است. اگر بازار هدفتان افراد ۵۵ سال به بالا هستند، شاید ترجیح دهید که در روزنامه‌های محلی یا نشریات تخصصی تبلیغ کنید، زیرا مصرف‌کنندگان قدیمی‌تر هنوز برای کسب اطلاعات به آن‌ها تکیه می‌کنند.



تبلیغات اینترنتی

تبلیغات در رسانه‌های آنلاین شاید بیشترین بازده را داشته باشد. البته به نوع خریداران شما بستگی دارد. در اینستاگرام و سایت‌های مختلف تبلیغ کنید تا ببینید کدام بازده بیشتری دارد.

۲. شبکه‌سازی

جذب مشتریان با استفاده از شبکه‌سازی و ارتباطات، نه تنها روشی ارزان برای جذب مشتری جدید است، بلکه راهی برای جذب مشتریانی با کیفیت بسیار بالا است. مشتریان معرفی‌شده با گذشت زمان تمایل بیشتری برای خرید پیدا می‌کنند و در نتیجه به منبعی برای معرفی مشتریان بیشتر تبدیل می‌شوند.

در تمام مناسبت‌ها، رویدادها و همایش‌های مربوط به کارتان شرکت کنید. حتی در نمایشگاه‌های کسب‌وکار به‌عنوان بازدیدکننده حضور داشته باشید و سعی کنید با افراد زیادی آشنا شوید. این افراد می‌توانند به خریداران شما تبدیل شوند. شاید هم بتوانند شما را به دیگران توصیه کنند.

همچنین از مشتریان راضی خود بخواهید که مشتریان جدیدی را به شما معرفی کنند. همچنین باید روش‌هایی برای تشکر از مشتریان خود به دلیل حمایت همیشگی آن‌ها از کسب‌وکارتان پیدا کنید.

۳. مشارکت انتفاعی

یک روش بسیار سریع برای یافتن مشتری «مشارکت انتفاعی» است. در این روش، کسب‌وکار دیگری که مخاطبان هدفش با شما یکسان است، از پایگاه داده‌ای که برای خود ایجاد کرده، برای ارتقای کسب‌وکار شما استفاده می‌کند.

شاید در انتهای خبرنامه یا بسته‌های پستی خود محصول شما را با یک هدیه یا



تخفیف ویژه معرفی کند. مثلاً یک آرایشگاه می‌تواند محصولات بهداشتی شما را تبلیغ کند و سود دریافت کند. مثال دیگر آموزشگاهی است که می‌تواند کتاب شما را معرفی کند. برخی از سایت‌ها هم شاید حاضر باشند محصول شما را به هواداران خودشان معرفی کنند. واضح است که این کار را زمانی انجام می‌دهند که سود قابل توجهی برای خودشان داشته باشد.

برای اینکه کسب‌وکار دیگری را در کار خود دخیل کنید به او پیشنهاد دهید که هزینه‌های پستی یا هزینه ارسال ایمیلش را پرداخت می‌کنید؛ همچنین درصدی از فروش خود را به صاحب آن کسب‌وکار بدهید.

۴. اتحاد استراتژیک

گامی فراتر در مشارکت ایجاد رابطه‌ای است که معمولاً به آن «اتحاد استراتژیک» می‌گویند. مشارکت انتفاعی معمولاً یک همکاری کوتاه‌مدت است؛ ولی اتحاد استراتژیک ممکن است سال‌ها به طول انجامد. برای مثال، شاید یک طراح وب و یک آژانس تبلیغاتی مدام مشتریان خود را که به خدمات بیشتر نیاز دارند، به یکدیگر معرفی کنند.

این نوع همکاری می‌تواند یک مزیت بزرگ نسبت به رقیبان باشد. البته تشکیل اتحاد استراتژیک کاری سخت و زمان‌بر است. لازم است اعتماد یک کسب‌وکار دیگر را جلب کنید و نشان دهید تمام تلاش خود را برای کمک، انجام می‌دهید.

اگر از تمام روش‌های یافتن مشتری استفاده نمی‌کنید، سود قابل توجهی را از دست خواهید داد. پس از همین الان «خریدن مشتری» را به یکی از اولویت‌های خود تبدیل کنید.