چرا مشتریان شما را ترک می‌کنند؟

نویسنده: ژان بقوسیان - تیم تحریریه مدیرسبز

اغلب کسب‌وکارها با سعی و تلاش فراوان و با صرف هزینه‌های تبلیغاتی و کارهای دیگر، موفق می‌شوند مشتریانی را به خودشان جلب کنند؛ ولی بعد از مدتی آن‌ها، کسب‌وکار موردنظر را ترک می‌کنند و ضرر قابل‌توجهی وارد می‌کنند. این موضوع می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد که می‌توان با حذف یا کاهش بعضی از این دلایل، میزان ترک مشتریان را کاهش داد.

آمار دلیل ترک مشتریان

- ۱ درصد مشتریان فوت می‌کنند.
- ۳ درصدشان کلا محل زندگی یا محل شرکتشان را عوض می‌کنند و دیگر به آن کسب‌وکار مستقیما دسترسی ندارند و ترجیح می‌دهند که از جاهای نزدیک‌تر خرید کنند.

• ۵ درصد دوستی‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند؛ مثلا اتفاقی با دوستی آشنا می‌شوند و می‌بینند او کسب‌وکاری دارد که دقیقا کار ما را انجام می‌دهد و دوستشان را به ما ترجیح می‌دهند.
• ۹ درصد به دلایل رقابتی ما را ترک می‌کنند؛ یعنی به دلیل اینکه رقیب قیمتش مناسب‌تر است یا مواردی مانند این باعث می‌شود که به سمت رقیب کشیده شوند.
• ۱۴ درصد دیگر هم به دلیل نداشتن رضایت از محصول از آن کسب‌وکار خرید نمی‌کنند.
• ۶۸ درصد باقیمانده و مهم‌ترین دلیلی که مشتریان از یک کسب‌وکار خرید نمی‌کنند، یک برخورد نامناسب از طرف فروشندگان و کارمندان است.

علت اصلی از دست دادن مشتریان

اکثریت مشتریانی که ما را ترک می‌کنند به دلیل قیمت، کیفیت محصول و موارد دیگر این کار را انجام نمی‌دهند؛ بلکه دلیل اصلی یک برخورد نامناسب و غیرحرفه‌ای از طرف ما است. مثلا فروشنده سعی می‌کند از خود دفاع کند و به‌هیچ‌وجه به خواسته‌های خریدار توجه نمی‌کند.
برای همه ما پیش می‌آید که یک روز، خودمان یا کارمندمان عصبانی هستیم. در همان شرایط یک مشتری تماس می‌گیرد و با سوالات طولانی می‌خواهد اطلاعاتی را کسب کند، شاید در آن شرایط، برخوردی نشان دهیم که مشتری منصرف شود و دیگر هیچ‌وقت از ما خرید نکند.
بنابراین یکی از کارهایی که می‌توانیم انجام دهیم تا مشتریان مجددا از ما بخرند و به سمت دیگران نروند، این است که کارمندان و تیم را آموزش دهیم تا معیارهایی رعایت شود. تمام شرکت‌های موفق دنیا این مطالب یا دستورالعمل‌ها را به‌صورت مکتوب به تمام کارمندان می‌دهند. اگر مشتری اعتراض کرد سعی نمی‌کنیم خیلی از خودمان دفاع کنیم یا هیچ‌گاه با مشتری مشاجره نمی‌کنیم. البته استثناهایی

هـم وجـود دارد کـه مشـتری مـوارد نامعقولـی را درخواسـت می‌کنـد یـا قصـد سوءاسـتفاده دارد. در ایـن حالـت هـم بایـد دسـتورالعملی بـرای برخورد داشـته باشـیم.
بنابراین می‌توانیم از امروز بر برخورد بهتر افرادی کار کنیم که مستقیما با مشتری سروکار دارند.