

## جذب مشتری



جذب مشتری به چه معناست و چگونه می توانم مشتریان بیشتری را به کسب و کار خودم جذب کنم؟ تعریف جذب مشتری چیست؟ اهمیت آن در ادامه کسب و کار من در چه موضوعی است؟ من از تعداد مشتریان کسب و کار کوچکم راضی هستم، چرا باید به فکر جذب مشتری بیشتر باشم؟ چرا تمایل افراد به برخی کسب و کارها بیشتر از کسب و کارهای مشابه است؟ حتما برای شما هم پیش آمده که این سوالات را از خود بپرسید و در پی پاسخ به آن باشید.

وب سایت لرن مارکتینگ در این مقاله در تلاش است تا به تعریف جذب مشتری پرداخته و شما را با ۵ تکنیک کارآمد آن آشنا کند.

## جذب مشتری



### تعریف جذب مشتری

جذب مشتری به معنای متقاعد کردن مشتریان بالقوه با نشان دادن وجه تمایز خود با کسب و کارهای مشابه تان به آن ها و انجام فعل فروش است.

همانطور که مشاهده می کنید، تعریف جذب مشتری بسیار ساده است. قسمت حائز اهمیت آن دانستن نکات موثر در جذب مشتری می باشد.

وب سایت لرن مارکتینگ قصد دارد تا بعد از ارائه تعریف جذب مشتری به زبان ساده، به پیشنهاد نکات حیاتی پیش روی کسب و کارها در مسیر جذب پردازد.

## جذب مشتری

نکات موثر در جذب مشتری

برای جذب مشتری جدید همواره روش های بی شماری وجود دارد. ولی با توجه به نوع کسب و کار و توانایی های صاحبان آن روش انتخابی می تواند متفاوت باشد.

در این مقاله با ارائه ۵ نکته حیاتی که معمولا صاحبان کسب و کار در انجام آن سهل انگاری می کنند به شما کمک می کنیم تا با استفاده از آنها از رقیبان خود پیشی بگیرید.

## جذب مشتری



۱- به مشتریان تان خدمت کنید

در ساخت یک رابطه موثر با مشتریان ابتدا نیاز دارید تا سرویسی به آن ها ارائه دهید تا برای آن ها کارآمد باشد.

برای این کار نیاز به داشتن محتوا و اطلاعات با ارزش برای مشتریان تان دارید. سعی کنید تا به مشکلات آن ها توجه کنید و برای حل این مشکلات تمام راه حل های مورد نیازشان را ارائه دهید.

این کار به آن ها کمک می کند تا راحت تر به شما اعتماد کنند.

برای مثال اگر یک فروشگاه کیف و کفش چرم دارید، به یک متخصص چرم تبدیل شوید!

## جذب مشتری

با گوش کردن به مشتریان مشکلاتی که ممکن است با محصولات چرمی داشته باشند را دریابید و با قرار دادن راه حل مناسب به صورت یک محتوا در وبسایت و یا صفحه اینستاگرامتان به آنها کمک کنید.

این کار علاوه بر حل کردن مشکلات آنها به شما در کسب اعتماد مشتریان بالقوهتان و تبدیل کردن آنها به مشتری واقعی کمک می کند.



## جذب مشتری

### ۲- کسب و کار خودتان را بشناسید

قبل از اینکه بخواهید کسب و کارتان را به دیگران معرفی کنید؛ لازم است که خودتان آن را کاملاً درک کنید!

شاید در نگاه اول این جمله حتی مسخره بنظرتان برسد؛ ولی توجه داشته باشید که یک کسب و کار صرفاً یک عنوان شغلی نیست!

شما باید برای کسب و کارتان هدف گذاری کنید و مشخص کنید که دقیقاً چه ارزش افزوده ای برای مشتریانان ارائه خواهید کرد و دقیقاً چه تفاوتی با کسب و کارهای مشابه خودتان دارید.

همانطور که در تعریف جذب مشتری ذکر شد. باید مشتریان خود را متقاعد کنید!

خودتان را در جایگاه مشتریان فرض کنید و از بیرون به کسب و کار خود نگاه کنید! برای متقاعد کردن مشتریان بالقوه، چه چیز به خصوصی دارید؟ چرا افراد باید از شما خرید کنند؟

در مثال فروشگاه کیف و کفش چرم

من برای ارزش آفرینی و ایجاد تمایز با سایر کسب و کارها، خدمات آنلاین پاسخ دهی به سوالات و مشکلات ارائه خواهم کرد.

برای مثال، به آن ها در هنگام خرید یاد آوری می کنم که اگر برای نگهداری کفش جیر خود به مشکل و یا سوالی برخوردند، به صورت آنلاین در وب سایت و یا صفحه اینستاگرام فروشگاه من، آن ها را راهنمایی خواهم کرد. کاری که اکثر فروشگاه ها انجام نمی دهند.



۳- روی یک نوع مشتری خاص متمرکز شوید

پرسونا مشتریانی که می خواهید داشته باشید مشخص کنید!

برای مثال، به سوالات زیر در مورد مشتریان تان پاسخ دهید.

مشتریان هدف شما زن هستند یا مرد؟ ازدواج کرده اند؟ اگر ازدواج کرده اند آیا بچه دارند؟ اگر ازدواج نکرده اند، شاغل هستند یا بیکار؟ سطح درآمد آن‌ها چقدر است؟ در هنگام خرید آیا به ارزش افزوده‌ی کالا فکر می‌کنند؟

با توجه به این اطلاعات به طبقه بندی نیازها و مشکلات پیش روی آن‌ها بپردازید خدمات مورد ارائه خود را بازنگری کنید.

## جذب مشتری

در مثال فروشگاه کیف و کفش چرم

اگر پرسونا مورد هدف شما دختران دانشجو و یا خانم های کارمند است، باید به طور تخصصی به تولید و عرضه کفش های راحت روزمره با کفی مناسب پیاده روی بپردازید.

اگر پرسونا مورد نظر شما خانم های خانه دار و یا افرادی است که خیلی به مهمانی می روند، گرایش به تولید و عرضه کفش های مجلسی و توجه به ظاهر آن مهم تر استمنطقی تر بنظر می رسد.

**توجه داشته باشید که اگر نخواهید به انتخاب یک قشر خاص بپردازید محکوم به شکست هستید!**  
شما هرگز نمی توانید نیاز همه افراد را تامین کنید!



## جذب مشتری



۴- به صورت گزینشی تبلیغ کنید

در ادامه نکات قبل، توجه به این نکته ضروری است.

بعد از مشخص شدن پرسونا هدف و آماده کردن خود برای پاسخ دهی موثر به نیازهای آن‌ها با کالا و خدمات مورد عرضه نیاز به فراخوانی مشتریان و نشان دادن خودتان به آن‌ها دارید.

با مشخص شدن دقیق پرسونا و اینکه این افراد به طور معمول از چه شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، می‌توانید به صورت گزیده‌تر به تبلیغات و ایجاد برنامه‌های تبلیغاتی بپردازید.

## جذب مشتری

برای مثال، خانم های خانه دار با رنج سنی ۳۰ سال و بالاتر گرایش به خواندن محتوا های تلگرامی و استفاده از اینستاگرام دارند بنابراین استفاده از فضای این شبکه ها بهترین روش جذب آن ها است.

در حالی که برای در تماس بودن با خانم های دانشجو و یا شاغل، بهترین شیوه استفاده از روش های ایمیلی است، چرا که می توانی مطمئن باشید که اغلب آن ها روزانه ایمیل خود را چک خواهند کرد.

برای معرفی خود به مشتریان هدف، روش های کم هزینه موثر تر واقع می شوند.

ایمیل مارکتینگ و بازاریابی پورسانتی دو روش کم هزینه با نرخ بازگشت بسیار زیاد هستند.

توجه داشته باشید، با اینکه استفاده از روش ایمیل مارکتینگ هزینه چندانی ندارد ولی نیاز به یادگیری مهارت های تخصصی دارد.

وب سایت لرن مارکتینگ با ارائه بسته آموزشی "آموزش ایمیل مارکتینگ با میلرلایت | استاد بازاریابی اینترنتی شوید" به صورت تخصصی به آموزش ۰ تا ۱۰۰ ایمیل مارکتینگ می پردازد.

روش دیگری که به صورت بسیار کم هزینه و بسیار دقیق می توان انجام داد روش بازاریابی پورسانتی است.

تحقیقات نشان داده که معرفی یک کسب و کار توسط یک شخص ثالث بسیار موثر تر از روش های تبلیغی موجود است. در این روش فرد معرف در ازای هر شخصی که معرفی می کند درصد مشخصی هزینه تحت عنوان پورسانت دریافت می کند.

وب سایت لرن مارکتینگ به صورت تخصصی به آموزش این روش تحت عنوان دوره "آموزش بازاریابی پورسانتی" می پردازد. با استفاده از آموزش های موجود در این دوره می توانید به صورت حرفه ای به انجام بازاریابی اینترنتی بپردازید.

## جذب مشتری