

دو راه کم هزینه برای افزایش فروش



ژان بقوسیان - modiresabz.com

بسیاری از شرکت ها روزانه فاکتورهایی را صادر می کنند که به جاهای مختلف ارسال می شود. فاکتورها معمولا بارها دست به دست می شوند تا به دست پرداخت کننده آن می رسند.

تبدیل فاکتور به ابزاری برای فروش

بسیاری از شرکت ها روزانه فاکتورهایی را صادر می کنند که به جاهای مختلف ارسال می شود. فاکتورها معمولا بارها دست به دست می شوند تا به دست پرداخت کننده آن می رسند. اخیرا تبلیغ یکی از شرکت های معروفی که دوره های مدیریتی برگزار می کند را در وب سایتم گذاشتم. سپس فاکتور را فرستادم، این فاکتور باید توسط چندین نفر تایید می شد، که شد شامل فرد سفارش دهنده آگهی که یکی از مدرسان بود، مسئول امور مالی و سپس فردی که چک ها را صادر می کرد بودند. این موضوع فرصت خوبی را فراهم می کند تا به چندین نفر معرفی شوید. البته شاید این افراد با کسب و کار شما آشنا باشند ولی به تمامی توانایی ها و امکاناتی که ارائه می کنید واقف نباشند.

مثلا ما برای محصولات آموزشی مشتریان زیادی داریم و اخیرا کارگاه های آموزشی حضوری برگزار می کنیم ولی بسیاری از مشتریان ما این موضوع را نمی دانند. پس با فاکتور حتی می توانید خدمات و محصولات جدید را معرفی کنید. حتی می توانید تغییرات را در فاکتور منعکس کنید. مثلا اگر قیمتها تغییری کرده است یا گاهی فروش فوق العاده برگزار می کنید این موارد را در فاکتور منعکس کنید.

ابتکاری که یکی از شرکتهای کامپیوتری انجام داد این بود که با هر فاکتور یکی از اعضای شرکت را معرفی می کرد و حتی عکس او را در پایین فاکتور چاپ می کرد. این کار در مشتری احساس خوبی را ایجاد می کند و در مراجعات بعدی مشتری احساس نزدیکی بیشتری را می کند.

حتی می توانید کاری کنید که دریافت فاکتور برای مشتری به تجربه ای لذت بخش تبدیل شود. مثلا همراه فاکتور مطالب خواندنی و آموزشی کوتاهی را بفرستید تا مشتری از آنها استفاده کند.

اگر امکانات بیشتری در اختیار دارید از فاکتورهای رنگی استفاده کنید تا تاثیر بهتری از شما به جای بگذارد. بسیاری از خریداران ما هیچگاه به محل کارمان مراجعه نکرده اند و تنها چیزهایی که از کسب و کارمان می بینند محصولات و فاکتورهای آنها است.

سیستم انتظار تلفنی را به درآمد تبدیل کنید.

مشتریان از منتظر ماندن متنفرند. اگر از سیستمهای پاسخگوی تلفنی استفاده می کنید و مشتریان باید لحظاتی منتظر بمانند تا بتوانند با شخص موردنظر صحبت کنند، از این فرصت استفاده کنید. در لحظات انتظار بجای پخش موسیقی به معرفی محصولات و خدمات شرکت بپردازید. اگر کسب و کار خود را به تازگی آغاز کرده اید یا اینکار می توانید ذهنیت خوبی را در مشتری ایجاد کنید و مشتری احساس خواهد کرد که با شرکت بزرگی تماس گرفته است.

در زمانهایی که شرکت تعطیل است بجای آنکه بگویید لطفا پیام خود را بگذارید می توانید به معرفی شرکت پرداخته سپس از مشتری بخواهید پیام بگذارد.

در تهیه پیام مناسب همواره بیاد داشته باشید که مشتریان بسیار پر مشغله هستند. بجای گفتن مقدمه و یا مطالبی که مشتری از آن آگاه است، مستقیما به خدمات و محصولات بپردازید. پیام را تا حد ممکن کوتاه و قابل فهم نگه دارید. مشتریان هیچگاه فرصت ندارند تا مثلا ۱۰ دقیقه به توضیحات ضبط شده شما گوش کنند.

برای دلنشین تر شدن پیام می توانید آنرا با موسیقی ملایمی همراه سازید.