

# چگونه با مشتری مداری مشتریان را مجنون خود کنیم؟

نویسنده : معصومه برادران  
مرجع : وبسایت شخصی معصومه برادران

<http://masoumehbaradaran.ir>

مشتری مداری یکی از واژگان بسیار مهم در بازار بزرگ رقابت به حساب می آید و هر شخص یا شرکت و سازمانی که به مشتری مداری اهمیت بیشتری بدهد، صد درصد در این بازار موفق تر خواهد بود.

تقریباً 99 درصد از کالاها و خدماتی که تولید میشوند، نیازمند مشتری می باشند و در کل همین مشتری ها هستند که وجود آنها باعث شکل گیری مشاغل و خدمات متنوع شده است . بنابراین اگر مشتری ای وجود نداشته باشد همه ی اینها نیز بی معنا خواهند بود.

با تمام این تفاسیر ، مشتری ها باعث شدند که تمامی کسب و کار ها به طور خواسته یا ناخواسته وارد رقابتی شوند ، که برای پیروزی در آن و جذب مشتری بیشتر به سمت کسب و کارشان ، نیاز به مهارتی به اسم مشتری مداری پیدا کنند.

مهارت مشتری مداری در سال های طولانی ، مورد تحقیق و بررسی های بسیار زیادی قرار گرفت تا افراد متوجه شوند که چه عواملی باعث میشود که مشتری ها به سمت کسب و کار آنها جذب و یا دفع شوند.

در این مقاله قصد داریم به مهم ترین نکات مشتری مداری که باعث جذب و ماندگاری افراد به شرکت و یا برند شما میشود ، بپردازم..

در تمامی کسب و کار ها ،تنها یک رئیس وجود دارد (مشتری)  
او میتواند هر کسی در شرکت ،از مدیر عامل گرفته تا پایین را اخراج کند،  
" تنها با خرج کردن پولش در جایی دیگر "

" سم والتون "

## بیشتر بفروشیم یا بیشتر مشتری جذب کنیم؟

تمام سازمان ها و شرکت هایی که ما در زندگی خود با آنها سرو کار داریم ، به دو دسته تقسیم میشوند:

### 1- سازمان های تولید مدار

### 2- سازمان های مشتری مدار

سازمان های تولید مدار که نسل آنها در دنیا در حال انقراض است ،سازمان هایی هستند که به دلیل نداشتن رقیب کاری چه در عرضه ی خدمات و چه در عرضه کالا ،بدون هیچ توجهی به مشتریان خود محصولاتشان را به بازار روانه میکنند.

و چون مطمئن که مردم نیازمند به محصولات آنها هستند و خود به خود با آنها رو به رو میشوند ، هزینه ی زیادی هم برای تبلیغات صرف نمیکند.

در بسیاری از موارد دیده شده که به دلیل درخواست بسیار زیاد از طرف مشتریان و همچنین بی وجدانی این شرکت ها ، حتی کیفیت کالا هم برای آنها اهمیت ندارد.

خودرو ساز های داخلی ما یکی از بهترین مثال هایی هستند که میتوان برای این مدل از سازمان ها زد. همان طور که در ابتدا نیز به آن اشاره کردم این سازمان ها در حال انقراض هستند و موارد موجود هم در صورت داشتن رقیب کاری ،آنهم فقط با ارائه ی کیفیت بهتر ،از بین خواهند رفت.

و اما سازمان های مشتری مدار : پایه و اساس این سازمان ها مشتر هایشان هستند و برخلاف مورد قبلی که تقاضا بیشتر از عرضه بود ،در این مدل از سازمان ها عرضه بیشتر از تقاضاست ،یعنی این سازمانها هستند که باید به دنبال مشتری بروند و محصولاتشان را به آنها معرفی کنند.

این سازمان ها در حیطه ی کاری خود دارای رقبای زیادی هستند و هر اشتباه آنها باعث عقب افتادن در بازار خواهد شد. بنابراین بیشتر تمرکز آنها روی مشتریانشان است تا بتوانند با جلب کردن رضایت مشتریان ، فروش خوبی را نیز تجربه کنند.

آنها همه ساله هزینه های زیادی را برای تبلیغات، نظرسنجی و تحلیل بازار صرف میکنند تا با دقت بسیار زیاد، محصولات و یا خدمات متناسب با هر قشر از مشتریان را ارائه دهند.

## فواید مشتری مداری چیست؟

همان طور که به آن اشاره شد اکثر شرکت های موجود در بازار های جهانی، از تولید کنندگان خوراک و پوشاک گرفته تا کالا های دیجیتال، همه و همه بر پایه مشتری مداری اداره میشوند..اما مشتری مداری چه فوایدی برای این سازمان ها دارد؟

– باعث میشود که سود و منافع کلی سازمان افزایش پیدا کند

– باعث علاقه مندی مشتریان به شما میشود و در نتیجه میتوانید آنها برای خود حفظ کنید.

– تکرار دفعات خرید توسط هر مشتری، افزایش پیدا میکند.

– باعث میشود که سهم بیشتری از بازار را در اختیار بگیرید

– باعث افزایش مراجعه کنندگان جدید به واسطه ی تبلیغ و تعریف مشتریان قدیمیتان میشود (بازاریابی دهان به دهان)

– و بسیار از موارد دیگر

از بهترین مثال هایی که می توان در این باره زد، شرکت اپل است.

\* این شرکت همه ساله هزینه های زیادی را صرف تحقیق و پرس و جو در مورد درخواست های مشتریان میکند تا بفهمد که در مدل های آینده ی خود علاقه مند به بهتر شدن و یا افزودن چه قابلیت هایی هستند.

\* خدمات پس از فروش بسیار عالی به مشتریان خود ارائه میدهد تا بتواند استرس و ریسک مشتریان بابت خرید این محصول را به شدت کاهش دهد.

\* محصولات خود را در اختیار اینفلوئنسر ها یا یوتیوبر ها قرار میدهد تا آن را از جهات مختلف ارزیابی کنند و به افراد معایب و مزایای آن را معرفی کنند.

\* و در انتها با ارائه ی محصولات بسیار با کیفیت ،در طولانی مدت کاری کردند که مشتری ها ، عاشق و دیوانه ی محصولات این برند شوند و مشاهده کردیم که فقط با اعلام تاریخ توزیع سری جدید موبایل های خود ،صف های طولانی از مشتریان را به جلوی نمایندگی های فروش خود کشاند.

این حد از رضایت ،نتیجه ی اهمیت دادن به تمامی نکات و جهاتی است که برای مشتری مهم هستند و باعث میشوند که او از خریدش احساس خوبی داشته باشد و بداند که سرمایه اش از دست نرفته است.

### افزایش فروش فقط با مشتری مداری

اصولا اگر بخواهید مشتریانی عاشق و وفادار مانند اپل داشته باشید ، باید بتوانید آنها را راضی کنید تا این 6 پله را طی، و به سمت شما حرکت کنند.

#### پله ی اول - مشتری بالقوه :

هر کسی که مصرف کننده ی کالا یا خدماتی است که شما تولید میکنید و در واقع به نحوی با شما در ارتباط باشد ، یک مشتری بالقوه است . شما باید تبلیغات خودتان را طوری طراحی کنید که این افراد بتواند آن را ببیند.

به عنوان مثال اگر شما تولید کننده ی پوشاک زنانه هستید ،پس همه ی خانم ها برای شما مشتری بالقوه هستند و تبلیغاتتان هم باید عمومی و قابل مشاهده برای خانم ها باشد.

#### پله ی دوم - مشتری احتمالی :

هر کسی که تبلیغات شما را ببیند میتواند برای شما یک مشتری به حساب بیاید و از شما خرید کند ..(پس باید سعی کنید تبلیغاتتان جذاب باشد)

#### پله ی سوم- مشتری خریدار :

اگر در دو مرحله ی قبل موفق عمل کرده باشید ،مشتری احتمالی شما به خریدار تبدیل میشود و محصول شما را خریداری میکند و دقیقا از همین قسمت است که تکنیک های فروش ،برقراری ارتباط و به طور کل مشتری

مداری شروع میشود و مشتری را ترغیب به ادامه ی مسیر یا انصراف از همراهی با شما ،میکند.

### پله ی چهارم - تکرار خرید مشتری :

با موفق عمل کردن در مرحله ی قبل با کار هایی مثل ( ارائه ی محصولات با کیفیت - ارائه ی خدمات پس از فروش عالی -رسیدگی به شکایت ها و رفع فوری آنها در صورت وجود -رفتار شایسته و حرفه ای با مشتری و...) وارد مرحله ی تکرار خرید میشوید.

اینجا مرحله ایست که مشتری از خرید قبلی اش رضایت داشته است و برای خرید مجدد باز هم به شما مراجعه کرده است.

### پله ی پنجم- مشتریان وفادار :

اگر در تکرار های مجدد خرید توسط یک مشتری بتوانید همچنان میزان و سطح رضایت را در او بالا نگه دارید، این مشتری نیز به شما و شرکتتان وفادار میشود و هر موقع که نیاز به محصول شما پیدا کند مجدداً به شما مراجعه کرده و خریدش را تکرار میکند.

### و بالاخره پله ی ششم - مشتریان عاشق و طرفدار:

اگر در طی پنج مرحله ی قبل توانسته باشید توجه مشتری را به خود جلب کنید و سطح رضایت در او را افزایش بدهید، این مشتری تبدیل به طرفدار شما میشود و به هیچ عنوان حاضر نیست محصول شما را با برند دیگری عوض کند و همواره شما را به دیگران توصیه میکند. ( دقیقاً مثل مشتریان اپل)

درست است که طی کردن این شش مرحله توسط مشتری ، ممکن است نیازمند زمان باشد اما ارزش تلاش و صبر کردن را دارد. زیرا نتیجه ی فوق العاده درخشانی در پس این تلاش نهفته است که میتواند مسیر فعالیت شما را به سمت و سویی نو سوق دهد و شما را ماندگار کند.

## نتیجه گیری

در تمام طول این مقاله دائماً بیان شد که مشتری مداری میتواند به چه اندازه حائز اهمیت و باعث رشد شما باشد ، پس هرگز سعی نکنید که با بهانه های کوچک و بزرگ چشمان خود را روی این واقعیت ببندید..  
به یاد داشته باشید ، اگر میخواهید که مشتریانی راضی و صرفاً خریدار داشته باشید، باید عملکرد شما مطابق با انتظارات مشتریانتان باشد.  
اما اگر علاقه مند به داشتن مشتریانی وفادار هستید ،باید بتوانید فرا تر از انتظارات مشتریانتان عمل کنید.

تنها اینگونه است که ماندگار خواهید بود.