



چگونه برای مشتریان خود ارزش ایجاد کنید؟

همانطور که جف بزوس، مدیر عامل آمازون می گوید: «تمرکز بر مشتری، شرکت را انعطاف پذیرتر می‌کند.» این تمرکز به معنای ارائه ارزش بیشتر به مشتریان نسبت به رقبای خود است. برای ایجاد ارزش، تیم شما باید سخت تلاش کند تا چالش‌های مشتری و نحوه ارائه راه حل برای مشکلات آنها را درک کند.

به عنوان یک مدیر شرکت، باید به دنبال فرصت هایی برای افزودن ارزش به تجربیات مشتری خود باشید. راه‌های مختلفی وجود دارد که می‌توانید برای مخاطبان هدف خود ارزشی ایجاد کنید، مزیت رقابتی را حفظ کنید و نرخ تبدیل را در بازار انتخابی خود افزایش دهید. اما ابتدا، ببینید در مورد ارزش مشتری و مزایایی که ارائه می دهد صحبت کنیم.

ارزش مشتری CUSTOMER VALUE چیست؟

اصطلاح "ارزش" معانی مختلفی دارد. گاهی اوقات به هر واحد پولی مانند ارزش دلار اشاره دارد. در موارد دیگر، ارزش به معنای مزایایی است که فرد از یک برند یا یک محصول خاص به دست می آورد.

در تجارت، ارزش مشتری تفاوت بین کل منافع مشتری و کل هزینه های مشتری است.

فرمول ارزش مشتری

به طور خلاصه، ایجاد ارزش برای مشتری به معنای ارائه محصول/خدمت یا مزایای جذابی است که از هزینه آن بیشتر است. کیفیت، محبوبیت، دسترسی، راحتی، ویژگی های فراوان و طول عمر نمونه

هایی از مزایا هستند. افزایش مزایای خود در حالی که قیمت خود را ثابت نگه دارید، می تواند ارزش محصول/خدمات شما را برای مشتریان افزایش دهد.

مزایای کلیدی افزایش ارزش مشتری

افزایش ارزش مشتری، شرکت شما را به موقعیت مطلوبی در رقابت بازار می رساند. این ارزش افزوده امکان به دست آوردن مشتریان جدید و خدمت رسانی کارآمد به مشتریان فعلی را افزایش می دهد. با مشخص شدن اجمالی مفهوم ارزش مشتری و مزایای آن، روشهایی برای ایجاد ارزش مشتری ارائه می گردد تا با ارائه محصولات/خدمات ارزشمند به مشتریان، فروش خود را افزایش می دهید، شهرت کسب و کار خود را بهبود می بخشید و مهمتر از همه، تعداد مشتریان وفادار خود را افزایش می دهید.

نکات و ترفندهایی برای ایجاد ارزش برای مشتری:

۱. مشکلات pain point مشتری خود را درک کنید

ممکن است شرکت شما مستقیماً به مشتریان (B2C) یا شرکت ها (B2B) بفروشد. هنگامی که درک محکمی از خواسته های مشتری خود دارید، می توانید از این اطلاعات برای متقاعد کردن مشتریان احتمالی و فعلی استفاده کنید که تجارت با شما به نفع آنهاست. درک نیازهای مشتری تصویر دقیقی از تقاضای مشتری به شما می دهد. و با تجزیه و تحلیل تقاضای می توانید ارزش را به مشتری تحویل دهید.

روشهایی برای شناسایی مشکلات مشتریان:

وبلاگ های مرتبط را در گوگل جستجو کنید. این باید گام اولیه شما در شناسایی مشکلات بالقوه مشتری باشد. وبلاگ های مرتبط با حوزه کسب و کار خود را شناسایی کنید، آنها را بخوانید و از موضوعات مورد بحث، بیشترین اشتراک گذاری ها، مقالاتی که بیشترین بازدید را دارند و نظراتی که بیشترین رای مثبت را دریافت کرده اند، یادداشت برداری کنید.

در رسانه های اجتماعی تحقیق کنید. پلتفرم های رسانه های اجتماعی محبوبترین مکان هایی هستند که افراد می توانند درباره تجربیات خود صحبت کنند و به دنبال کمک باشند. وقتی شروع به گذراندن وقت در آنجا کردید، از نزدیک یاد خواهید گرفت که مشتریان بالقوه شما به چه چیزهایی علاقه دارند و چه

مشکلاتی آنها آزار می‌دهند، و همچنین استراتژی‌هایی را برای متقاعد کردن آنها برای پیوستن به شما ایجاد می‌کنید.

نقاط ضعف محصول خود را شناسایی کنید. خود را به جای مشتری قرار دهید و سعی کنید خدمات خود را از دید آنها به عنوان یک کاربر بی طرف ببینید. این به شما در شناسایی و اصلاح نقاط ضعف و بروزرسانی خواسته های کمک می‌کند تا اطمینان حاصل کنید که مشتریان فعلی شما هرگز شما را ترک نمی‌کنند.

انجام نظرسنجی و تجزیه و تحلیل پاسخ ها. یک فرم نظرسنجی ایجاد کنید و آن را بین مشتریان، کاربران و مشترکین خود توزیع کنید. این به شما کمک می‌کند تا با خواسته‌های آن‌ها هماهنگ بمانید، بررسی کنید که چه چیزی در حال حاضر آنها را آزار می‌دهد، چه چیزی را دوست دارند اصلاح شود، کدام ویژگی‌های محصول شما بیشتر برایشان جذاب است و غیره.

۲. از تقسیم بندی بازار استفاده کنید

بدون تقسیم بازار در دنیای کسب و کار شلوغ دوام نمی‌آورد. تقسیم بندی بازار به تعیین اینکه کدام سرخ ها بیشترین درآمد را دارند کمک می‌کند. متوجه خواهید شد که کدام بخش ها بیشترین ارزش را دارند و کدام بخش ها عملکرد ضعیفی دارند.

تقسیم‌بندی بازار، هدف‌گذاری بسیار مناسب را امکان‌پذیر می‌سازد، افرادی که به دنبال خرید یک لپ‌تاپ جدید هستند، پیشنهادی برای خرید خودروی جدید دریافت نمی‌کنند.

با تقسیم‌بندی بازار، می‌توانید میزان جذب مشتری خود را بهبود بخشید و مشتریان بالفعل را افزایش دهید. بخش بندی به شما امکان می‌دهد محتوای آموزشی و تبلیغاتی را متناسب با بخش بندی مشتریان و مرحله آنها در فرایند خرید، به اشتراک بگذارید. به نوبه خود، چنین روش جذب هدفمندی به شما امکان می‌دهد تا نرخ جذب مشتری خود را افزایش دهید.

علاوه بر این، ۸۱ درصد از مدیران تایید می‌کنند که تقسیم‌بندی بازار ابزاری حیاتی برای افزایش سود است، پس از آن غافل نشوید!

۳. به جای قیمت روی کیفیت تاکید کنید

مشتریان کیفیت محصول هر شرکت خاص را در مقایسه با محصولات رقیب قابل مقایسه تجزیه و تحلیل می‌کنند. شرکت خودروسازی فورد مستقر در ایالات متحده بر بهبود کیفیت در سال ۱۹۸۰ تأکید کرد و در سال بعد فروش آن ۲۷ درصد افزایش یافت.

مشتریان فکر می کنند که انتخاب یک محصول با کیفیت باعث صرفه جویی در هزینه می شود. در حالی که ارقام ارزان تر ممکن است معامله خوبی به نظر برسد، وقتی تعویض و تعمیر در نظر گرفته می شود، این تخفیف به تدریج با گذشت زمان از بین می رود. پس قطعاً ارائه محصولات باکیفیت باعث جذب مشتری می شود و در نهایت مشتریان هر مبلغی را برای یک محصول با کیفیت پرداخت می کنند.

۴. یک پیشنهاد فروش منحصر به فرد سودآور ارائه دهید

به طور اساسی، یک پیشنهاد فروش منحصر به فرد، به ارزش منحصر به فردی اشاره دارد که کسب و کار شما برای مشتریان به ارمغان می آورد و شما را از رقبا متمایز می کند. علاوه بر این، به ایجاد یک تصویر مثبت برای کسب و کار شما کمک می کند.

نکاتی که باید در ارائه یک پیشنهاد فروش در نظر داشت این است که پیشنهاد فروش:

- باید ساده و سرراست باشد.
- باید مزایای مشتریان شما را از خرید و استفاده از محصولات/خدمات شما بیان کند.
- باید نشان دهد که چگونه با پیشنهاد رقبا متفاوت است و یا نسبت به آن برتری دارد.

۵. درباره استراتژی های رقبا تحقیق کنید

چنانچه کسب و کار شما در جدید باشد یا قصد گسترش آن را داشته باشید، مطالعه بازار و استفاده از روشهای تحقیق، هزینه قابل توجهی برای شرکت شما خواهد داشت. با این حال، اگر ابتدا رویکردها و کمپین های بازاریابی رقبای خود را مطالعه کنید، درک بهتری از جایگاه خود خواهید داشت. گاهی اوقات، مطالعه رویکرد یک رقیب ممکن است به شما فرصتی بدهد تا با شناسایی معایب و اشکالات کار آنها، برای محصول خود فرصت رقابتی ایجاد کنید.

۶. به مشتریان خود آموزش دهید

مشتریان کاربر نهایی محصول/خدمت شما هستند. بنابراین اگر به مشتریان خود در مورد روش استفاده از محصول آموزش ندهید، چگونه می توانند از آن بهرمنند شوند؟ شما می توانید محتوای وبلاگ بنویسید، آموزش هایی برای محصول خود ارائه دهید، سمینارهای عمومی ترتیب دهید و از روش های بسیار بیشتری برای آموزش مشتریان خود استفاده کنید. این درک خوبی از برند شما ایجاد می کند و به شما در ایجاد ارزش مشتری کمک می کند.

هنگامی که اطمینان حاصل کردید که مشتریان شما به خوبی از محصول/خدمت شما مطلع هستند و می توانند بدون مشکل از آن استفاده کنند، می توانید درخواست معرفی آنها را داشته باشید و برنامه بازاریابی خود را بهبود بخشید.

۷. ارائه بهترین تیم پشتیبانی مشتری

اولین و مهمترین راه برای وفادار ساختن مشتری به محصول یا خدمات شما، ارائه خدمات درجه یک به مشتریان است. اگر مشتری شما احساس ارزشمندی کند و تیم خدمات مشتری شما به مشتری احترام بگذارد، تصور مثبتی از برند شما خواهد داشت.

با این حال، گاهی اوقات نمایندگان خدمات مشتری شما ممکن است به همان اندازه که می توانند، فعالیت کارآمدی نداشته باشند. در این صورت با ردیابی فعالیت های آنها می توانید بهره وری آنها را افزایش دهید.

۸. یک انجمن آنلاین برای دریافت بازخورد مشتریان خود ایجاد کنید

بازخورد مشتریان برای ارزیابی کسب و کار شما ضروری است. شما می توانید از هر پلتفرم رسانه های اجتماعی برای ایجاد انجمن ها استفاده کنید و تیم پشتیبانی شما می تواند با ارائه پاسخ های ضروری به سوالات مشتری، این انجمن ها را مدیریت کند. انجمن آنلاین برای مشتری ارزش ایجاد می کند و می تواند بستری برای جذب مشتریان بالقوه به شرکت شما باشد.

بازخورد مشتری منبع کلیدی ارزش مشتری است. با این حال، دریافت بازخورد از مشتریانی که تمایلی به بیان افکار خود ندارند، ممکن است دشوار باشد. برای رسیدگی به این موضوع می توان یک انجمن آنلاین برای بازخورد مشتریان ایجاد کرد، جایی که افراد می توانند در مورد محصولات/خدمات سؤالاتی بپرسند و نظرات ارزشمندی از سایر مشتریان دریافت کنند.

۹. مشتریان خود را با پیشنهادهای هیجان انگیز غافلگیر کنید

پیدا کردن فردی که تخفیف ها و پیشنهادات هدفمند را دوست ندارد دشوار است، به عنوان مثال، ارائه کوپن های هدیه شخصی می تواند ارزش مشتری را به همراه داشته باشد و فروش را افزایش دهد. این

یک شکل پیچیده تر از تخفیف های فصلی است. یک کوپن شخصی بهترین راه برای ایجاد حس خاص بودن در مشتریان و ترغیب آنها به خرج کردن بیشتر است. کوپن ها می توانند به عنوان یک نشانه قدردانی عمل کنند. هنگام بسته بندی یک سفارش برای یک مشتری، می توانید یک کوپن هدیه اضافه کنید. همچنین می توانید به مشتریان فعلی خود با فرستادن کدهای هدیه در ایمیل هایشان پاداش دهید.

منبع:

<https://snov.io/blog/value-creation/>

How To Create Value For Your Customers ?