

۴ راهکار برای افزایش درآمد در کسب و کار



افزایش درآمد، این تنها موردی است که بعد از راه اندازی یک کسب و کار به ذهن همه می افتد. هر کسب و کاری چه کوچک و چه بزرگ، برای رشد و پیشرفت نیازمند این است که درآمد خود را به صورت تصاعدی بالا ببرد. برخی از کسب و کارها به این رشد و پیشرفت ها می رسند و چنان شهرت جهانی بدست می آورند که به یک برندینگ قوی در دنیا تبدیل می شوند. اما برخی دیگر بعد از مدتی نه تنها رشد و پیشرفت نمی کنند بلکه روز به روز به افول می روند و کم کم ورشکست می شوند و از صحنه ی رقابت کنار می روند.

اما به نظر شما چرا چنین اتفاقی می افتد؟

کسب و کارهایی که روز به روز در کارشان پیشرفت می کنند و به برند تبدیل می شوند سعی می کنند از همان روز اول برنامه ریزی و هدف گذاری کنند و طبق یک برنامه ی مدون پیش بروند و در کل پشت این همه پیشرفت یک مدیر با صلابت قرار گرفته است. یک مدیر کاربلد و کاردان که تخصص خودش را در همان رشته گذرانده است و همیشه سعی کرده در کار خودش بهترین باشد.

افزایش فروش و افزایش درآمد در هر نوع کسب و کاری حرف اول در رشد و پیشرفت را می زند و زمانی این مورد اهمیت پیدا می کند که در کنار افزایش درآمد، مشتری های بیشتری نصیبتان شود. در کنار جذب مشتری می توانید نقاط ضعف کسب و کارتان را شناسایی و تلاش کنید آنها را برطرف کنید.

خیلی از کسب و کارها زمانی که شروع به کار می کنند تفکرشان فقط و فقط کسب درآمدهای میلیونی و میلیاردی است اما دریغ از کسب این نوع درآمدها. اگر فقط تفکرتان این باشد به شما پیشنهاد می کنیم به هیچ عنوان وقت تان را تلف نکنید. سعی و تلاش کنید در هنگام راه اندازی فقط به فکر مردم و مخاطبین خود باشید و لطفاً به مشتری به دید یک عابر بانک همراه نگاه نکنید.

چرا نباید به مشتریان به دید یک عابر بانک که به شما پول می دهد نگاه کرد؟

خیلی راحت است، وقتی به این فکر کنید که می خواهید مشکلات مخاطبین خود را با محصولات و خدمات تان حل کنید این مورد باعث می شود تا بعد از مدتی راه حل ها و ایده های جدیدی به ذهنتان خطور کند تا بتوانید مشکلات جدیدی که برای مخاطبین تان به وجود می آید را حل کنید و رعایت همین مورد کوچک باعث می شود تا کسب و کارتان رو به جلو و به سمت رشد و پیشرفت حرکت کند.

بارها و بارها این جمله را گفته ایم:

دریافت سود کم از مشتری های زیاد، بهتر از دریافت سود زیاد از مشتری های کم است.

این شعار را روزانه با خودتان تکرار کنید تا به یک واقعیت در کسب و کارتان مبدل شود. با این شعار می توانید حداکثر سود را از مشتری های زیاد دریافت کنید و همچنین رضایت مشتریان خودتان را در نظر داشته باشید و این اولین گام به سوی کسب درآمد بیشتر است.

تیم "**کافه نیاز**" در این مقاله به شما خواهد آموخت که چگونه می توانید کسب و کارتان را از حالت رکود خارج کنید و به حالتی در بیاورید که به سمت جلو حرکت کند و این روی کسب درآمد شما نقش بسزایی بازی می کند. رعایت این ۴ راهکار برای هر کسب و کاری الزامی است.

با ما همراه باشید

راهکار اول: برقراری یک ارتباط دوستانه با مخاطبین و مشتریان

داشتن ارتباطی گرم و صمیمی با مشتریان می تواند آنها را به مشتریانی وفادار تبدیل کند و همچنین روی افزایش درآمد کسب و کارتان تأثیر مستقیم دارد



به طور کل مشتریان تمام دارایی هر کسب و کاری هستند و این حق مشتری است که چه به صورت حضوری و چه به صورت غیر حضوری برخوردی کاملاً دوستانه، مودبانه و در خور شخصیت با وی داشته باشند. چون مشتریان با همین برخوردهای شما است که تصمیم می گیرند از شما خرید کنند یا خیر. این برخوردهای دوستانه مشخص می کند که در نزد مشتری چقدر ارزشمند هستید و در کل ارزش این را دارید که برای محصولات و خدمات تان هزینه کند یا خیر.

هر چه مشتری از ارتباط های دوستانه با شما راضی تر باشد نه تنها خودش از شما خرید می کند بلکه [بازاریاب دهان به دهان](#) کسب و کارتان می شود تا دیگران را هم تشویق کند از محصولات و خدمات شما استفاده کنند و این شروع یک ارتباط بلند مدت و دوستانه خواهد بود.

اما چطور می توانیم یک ارتباط دوستانه با مخاطبین خود به وجود بیاوریم؟

هر ارتباطی نیازمند یک مهارت و توانایی است. برای اینکه این ارتباط به وجود بیاید ۲ روش وجود دارد:

✓ روش اول: استفاده از توانایی و مهارت کارمندانی که در بخش ارتباط با مشتریان کار می کنند:

این کارمندان با ارتباط مستقیمی که با مشتریان دارند می توانند جوابگوی تمام مشکلات و سوالات مخاطبین خود باشند و با همین توانایی ها و مهارت ها است که مشتریان را ترغیب می کنند تا دفعات بعد هم از آنها خرید کنند.

اما از آن سو برخورد بد کارمندان در این روش به طور حتم یک بازاریابی دهان به دهان آن هم از نوع منفی در مورد کسب و کارتان را به راه خواهد انداخت که می تواند کسب و کار شما را رو به نابودی بکشانند. پس سعی کنید در این روش کارمندان خود را به صورت کامل توجیه کنید و در صورت برخورد بد با مشتریان، چشمانتان را ببندید و آنها را تنبیه کنید.

✓ روش دوم: استفاده از فرم های نظرخواهی

سعی کنید در این روش بعد از خریداری محصول یا خدمات و یا در هنگام خرید، یک فرم نظرخواهی را در اختیار مشتریان قرار دهید و از آنها بخواهید هر انتقاد و پیشنهادی در مورد ریاست، کارمندان، محصولات، خدمات و یا نحوه ی رفتار کارمندان را به صورت کامل شرح دهند.

همچنین می توانید این فرم ها را چند روز بعد از خرید محصول یا خدمات برای مشتریان ارسال کنید و از آنها درخواست کنید که به صورت کامل آنها را پر کنند. این مورد می تواند بهترین ایده ها را در اختیار شما قرار دهد تا بتوانید آنها را در کسب و کارتان پیاده سازی کنید و همچنین یک ارتباط دوستانه با مخاطبین خود پیدا کنید.

برای اینکه در این روش به اطلاعات کاملی دست پیدا کنید سعی کنید با ارائه ی پیشنهادات تخفیف به مشتریان خود، آنها را تشویق و ترغیب کنید که به سوالات تان پاسخ دهند. برای اینکه بهترین اطلاعات را بدست بیاورید تا جایی که می توانید بهترین سوالات را بپرسید.

اما همین سوال پرسیدن هم باید طبق یک اصول خاص باشد. به گونه ای سوال بپرسید که مشتری حاضر باشد برای شما شرح دهد که کجای کسب و کارتان ایراد دارد و یا با دادن پیشنهاد بتوانید در کسب و کارتان رشد و پیشرفت ایجاد کنید.

به طور مثال اینگونه بپرسید:

- ✓ چه دلیلی در مجموعه ی ما می بینید که باعث می شود ما را به دیگران معرفی کنید؟
- ✓ آیا مورد خاصی در مجموعه ی ما مشاهده کردید که باعث بشه دوباره از ما خرید کنید؟
- ✓ چه پیشنهادی می تونید به ما بدید که بتونیم در مجموعه پیاده سازی کنیم؟
- ✓ آیا ایراد یا عیب خاصی در کسب و کار ما مشاهده کردید؟

و صدها سوال مثل اینها که می توانید از مخاطبین و مشتریان خود بپرسید تا آنها شما را راهنمایی کنند. اگر می بینید وقت کافی برای جواب دادن ندارند سعی کنید سر فرصت با آنها تماس بگیرید و یا فرم نظرخواهی را برای آنها ارسال کنید.

راهکار دوم: به مشتریان از محصولات و خدمات خود پورسانت بدهید



همیشه بدست آوردن پول همه چیز نیست. در برخی مواقع باید به مشتری پورسانت، اشانتیون، تخفیف یا هدیه بدهید تا از شما و کسب و کارتان راضی باشد. همین راضی بودن مشتریان و این نوع هدیه های رایگان باعث می شود تا مخاطبین کسب و کارتان را به صورت رایگان تبلیغ کنند و این یک نوع بازاریابی دهان به دهان است.

این **هدیه های تبلیغاتی** می تواند از محصولات و خدماتتان باشد که در اصل هم باید اینگونه باشد چون همین هدیه ها به نوعی تبلیغات کسب و کارتان هم هست و باعث می شود تا همیشه در ذهن مشتری بمانید. این هنر، مهارت و توانایی یک فروشنده است که هم محصولاتش را بفروشد و رشد و پیشرفت را در کسب و کارش ببیند و هم هدیه های تبلیغاتی که به نوعی یک تبلیغ است را به مشتریان خود عرضه کند.

هدیه های تبلیغاتی، پورسانت و تخفیف دادن ها بیشتر ارزش معنوی دارد تا ارزش مادی. این موارد برای مشتریان شما به نوعی بهترین برخورد به حساب می آید و همین مورد روی افزایش درآمد کسب و کارتان تأثیر مستقیم دارد.

راهکار سوم: در هنگام فروش به نیازهای مشتری فکر کنید



متأسفانه برخی کسب و کارها سعی می کنند فقط یک بار محصولات و خدماتشان را بفروشند. اما این اولین و بزرگترین اشتباه آنها به شمار می رود و سعی و تلاششان این است که به هر نحوی شده این محصولات را به مشتریان خود بفروشند. به همین خاطر است که نه مشتری های دائم و وفاداری دارند و نه سود سرشاری.

اما اگر کمی در عمق ماجرا فکر کنید می بینید که باید فراتر از این و مانند یک [فروشنده ی موفق](#) عمل کنید. [فروشنده های موفق](#) در ابتدای فروش تمام مزایا و معایب محصولات خودشان را بیان می کنند و همچنین مزیت های رقابتی این محصولات را با دیگر محصولات رقبا به صورت کامل توضیح می دهند.

سپس کمی سکوت می کنند تا مشتری اولین سوال را بپرسد. بعد از اینکه سوالش را پرسید دوباره همان مزایا و معایب و مزیت های رقابتی را توضیح می دهند و مهمترین بخش این فروش این است که با توجه به نیاز مشتری محصولشان را معرفی می کنند.

در برخی موارد مشتری به مزایا و معایب و همچنین مزیت های رقابتی توجهی نمی کند و تنها موردی که برای وی مهم است این است که این محصول می تواند نیازها و مشکلات وی را حل کند یا خیر. از این به بعد هم به مهارت و توانایی این فروشنده بر می گردد تا بتواند وی را متقاعد کند که این محصول یا خدمات همان چیزی است که می تواند نیازهای وی را برطرف کند.

نوع برخورد شما با مشتری در هنگام فروش باعث می شود دفعات بعد هم از شما خرید کند و این باعث افزایش درآمد شما در کسب و کارتان خواهد شد.

راهکار چهارم: هم تخفیف بدهید و هم مواظب سود کسب و کارتان باشید

قیمت گذاری مناسب و اصولی به گونه ای است که هم تخفیف ها و هم سود حاصله از کسب و کار را در نظر می گیرد



در برخی از کسب و کار دیده شده که تا جای ممکن برای جذب مشتری های بیشتر تخفیف هایی غیر واقعی می دهند. این تخفیف ها چنان غیر اصولی و غیر عاقلانه است که فقط جذب مشتری را به همراه دارد و متأسفانه تمام حاشیه سودهایی که قرار است برای این کسب و کار به همراه داشته باشد را به کلی از بین برده است.

اما چرا مدیران این کسب و کارها این کار را انجام می دهند؟

یکی از دلایلی که باعث این مورد می شود این است که به رقبای خود اهمیت نمی دهند و به جای تحلیل رقبا و تحقیق بازار از روشی کاملاً غیر اصولی به نام تخفیف های بیجا و بی مورد استفاده می کنند. اما در عوض رقبای آنها سعی می کنند در کنار تخفیف های خود، حاشیه سود مطمئنی را هم از مشتریان دریافت کنند.

تنها راه حل این مورد این است قیمت گذاری های مجموعه و سازمان خود را مورد بررسی قرار دهید. اگر قیمت گذاری ها نامناسب باشد به طبع مجبور هستید مدام تخفیف بدهید تا مشتریان از شما خرید کنند اما اگر طبق یک اصول و قوانین خاص قیمت گذاری کنید باعث می شود هرگز تخفیف ندهید.

سعی کنید این قانون را فراموش نکنید:

برای افزایش درآمد در کسب و کارتان به جای دادن تخفیف های بیجا، قیمت گذاری قانونی کنید تا مجبور نباشید تخفیف بدهید.

در این طور مواقع با توجه به قیمت گذاری اصولی، قبل از هر چیزی تخفیف را برای مشتری در نظر گرفته اید و هم یک حاشیه سود مطمئن برای خود کسب کرده اید.

سخن آخر

کسب و کار شما در هر صورت رشد و پیشرفت خواهد کرد به شرط آنکه مشتریان خودتان را مد نظر داشته باشید و تمام وقتتان را صرف آنها کنید چون آنها هستند که با خرید محصولات و خدماتتان حقوق شما و کارمندانتان را پرداخت می کنند.