

# آشنایی با ۵ روش افزایش فروش در کسب و کارهای کوچک

kafeniaz.com

کسب و کارهای کوچک همانطور که از نامش پیداست، به خاطر کوچک بودنش بر اساس توانایی، علاقه و توانایی مالی مدیران آنها راه اندازی شده است و به نسبت کسب و کارهای بزرگ به سرمایه گذاری کمتری برای راه اندازی نیاز دارد.

بعضی از کسب و کارهای کوچک هم بدون فکر ایجاد می شود. تفکر مدیران آنها این بوده است که چون بعضی از کسب و کارها سود زیادی بدست می آورند پس من هم می توانم. در صورتی که آنها با فکر زیاد و تحلیل رقبا به این نقطه رسیده اند نه با احساسات زودگذر.

اگر قرار است که یک کسب و کار کوچک را راه اندازی کنید سعی بر این داشته باشید که نوع نیاز مردم را جستجو کنید نه اینکه چون دیگران این کار را کرده اند و جواب گرفته شما هم آن را انجام دهید و اگر هم زمانی کار شما نگیرد آن را به حساب اینکه بازار خرید و فروش خراب است و یا اینکه مردم توانایی خرید ندارند می گذراید.

هر نوع کسب و کاری در هر نوع شرایط رکودی که باشد، می‌تواند به سود خود دست پیدا کند. اگر شما هم می‌خواهید رکود در خرید و فروش خود را از بین ببرید سعی کنید اصولی که در این مقاله توضیح داده شده است را رعایت کنید.

تیم کافه نیاز سعی دارد در این مقاله ۵ اصل از اصول راه اندازی کسب و کارهای کوچک و افزایش فروش را در اختیار شما قرار دهد.

با ما همراه باشید ....

۱. در زمان‌های خاص پیشنهادهای تخفیف بدهید

## در تاریخ‌ها و اعیاد خاص جشنواره خرید برگزار کنید



برای اینکه بتوانید با رقبای خودتان رقابت کنید حتماً لازم نیست که زیر قیمت بفروشید. می‌توانید تخفیف بدهید و یا در کنار فروش محصولات هدایای تبلیغاتی یا اشانتیون بدهید. در زیر چند راهکار وجود دارد که به اختصار توضیح خواهیم داد:

## راهکار اول: جشنواره خرید راه اندازی کنید

سعی کنید در زمان‌های خاص به طور مثال اعیاد بزرگ که در کشور وجود دارد مانند عید قربان، عید فطر، نیمه‌ی شعبان، عید مبعث، عید نوروز و ... جشنواره خرید برای فروش محصول یا خدمات راه اندازی کنید و اعلام کنید در این روز اگر خرید کنند درصد تخفیف شامل حالشان می‌شود.

## راهکار دوم: هدایای تبلیغاتی یا اشانتیون بدهید

برای این منظور هم می‌توانید اعلام کنید که به طور مثال اشخاصی بالای ۱۰۰ هزار تومان خرید کنند یک هدیه‌ی تبلیغاتی از محصولات خودتان به آنها ارائه خواهید داد. این هدیه تبلیغاتی باید آنقدر جذاب باشد که ارزش خرید ۱۰۰ هزار تومانی از طرف مشتری را داشته باشد.

## راهکار سوم: شرکت در قرعه کشی

مردم از قرعه کشی و برنده شدن خوشحال می‌شوند. می‌توانید از این فرصت استفاده کنید و در کسب و کار خود از آنها بهره ببرید.

به طور مثال اعلام کنید که افرادی که بالای ۵۰ هزار تومان خرید کنند می‌توانند فیش خرید خود را در صندوق مخصوص قرعه کشی بیندازند و در صورت برنده شدن یک دستگاه لباس شویی نصیب آنها خواهد شد.

## راهکار چهارم: به مشتریان وفادار کارت عضویت بدهید

سعی کنید مشتریان وفادار خود را نگه دارید. برای این کار می‌توانید پس از شناسایی آنها، کارت عضویت را به آنها تقدیم کنید و اعلام کنید با کارت عضویت از تخفیف‌ها و مزایای بیشتری استفاده خواهند کرد.

یکی از این مزایا این است که می‌توانید یکی از محصولات یا خدمات خود را به صورت رایگان در اختیار آنها قرار دهید.

## نکته‌ی مهم:

با وجود اینکه تخفیف‌ها باعث می‌شود که مشتری بیشتری را نصیب خود کنید اما شما برای همیشه نمی‌توانید تخفیف یا اشانتیون بدهید. این کار باعث ورشکستگی یا کمبود نقدینگی شما می‌شود. پیشنهاد می‌کنیم به روش‌های بالا به صورت دوره‌ای یا همان زمان‌های خاص تخفیف بدهید.

اگر شما همیشه تخفیف بدهید مشتری به خودش می‌گوید: این فروشگاه همیشه تخفیف می‌ده پس هر وقت خواستم میرم از شما خرید می‌کنم.

اما اگر به صورت همیشگی نباشد و دوره‌ای باشد، در دید مشتری این طوری هست که الان تخفیف می‌دهید و تا دوره بعد زمان می‌برد. پس این انگیزه در وی به وجود می‌آید که همین الان از شما خرید کند.

نکته‌ی دیگری که باید مد نظر داشته باشید این است که هرگز نحوه‌ی برخورد با مشتری را تغییر ندهید. الان که مشتری‌های بیشتری را کسب کرده‌اید و وی ناراضی است به او نگویید:

همینه که هست، اگر می‌خواید بخرید اگر هم نمی‌خواید می‌تونید جای دیگه ای برید.

مطمئن باشید که مشتری هم به راحتی رقبایان را به شما را ترجیح می‌دهند و این شما هستید که ضرر خواهید کرد. این مشتری است که بازاریابی دهان به دهان را برای شما انجام می‌دهد اما به ضرر شما نه به سودتان.

۲. سعی کنید چند محصول را به یک باره بفروشید

برای فروش بیشتر سعی کنید چند محصول را در یک پکیج با هم بفروشید

۱ میلیون تومان کارت تخفیف

۳۶ ماه سقف بازپرداخت

۱ میلیارد تومان جایزه قرعه‌کشی

۲۰ میلیون تومان تسهیلات

۵۰ تومن پیش پرداخت

kafeniaz.com

معضلی که در حال حاضر در کسب و کارهای کوچک وجود دارد، فروش تکی محصول است. مشتری می‌آید و یک محصول را خرید می‌کند و می‌رود. برای اینکه بتوانید چند محصول را بفروشید می‌توانید یک پکیج راه اندازی کنید اما با قیمتی کمتر و اعلام کنید در صورت خرید این محصولات به شما تخفیف تعلق خواهد گرفت.

یکی از قوانین بازاریابی که در مقاله‌های قبلی هم به آن اشاره کردیم این است: **سود کم با مشتری زیاد، بهتر از سود زیاد با مشتری کم است.**

شما چند محصول را در کنار هم قرار می‌دهید و از هر کدام یک سود جزئی دریافت می‌کنید اما همین پکیج را به ۱۰۰ نفر می‌فروشید. سودی که از این حالت به دست می‌آید بهتر از این است که آن را به صورت تکی به ۲۰۰ نفر بفروشید.



به طور مثال یک فروشگاه که گوشی همراه می‌فروشد می‌تواند یک پکیج راه اندازی کند مانند گوشی همراه، هندزفری، کیف و کاور، محافظ صفحه نمایش ضد خش، پاور بانک، پایه‌ی نگه دارنده‌ی گوشی و تبلت، فیلتر شکن و ... را به صورت یک پکیج با درصد سود کمتر به مشتری ارائه دهد.

خوب مسلماً مشتری هر چه بخواهد در این پکیج با سود بیشتر نصیبش خواهد شد و همین مشتری را ترغیب می‌کند که خرید کند.

راهکار دیگری هم که وجود دارد این است که می‌توانید همین پکیج را به صورت دو پکیج ارائه دهید. به طور مثال اعلام کنید که گوشی همراه، هندزفری، کیف و کاور و محافظ صفحه‌ی نمایش به یک قیمت مناسب به وی می‌فروشید و در همین بین پکیج بعدی را هم به مشتری ارائه بدهید و اعلام کنید که در صورت خرید پکیج اول، پکیج دوم هم با تخفیف ویژه به آنها اهدا خواهد شد.

### ۳. بانک اطلاعات مشتریان راه اندازی کنید

## با جمع آوری اطلاعات تماس مشتریان یک بانک اطلاعاتی قوی تشکیل دهید



مشتریان تمام سرمایه‌ی یک کسب و کار است. شما بدون مشتری نمی‌توانید محصول یا خدمات خود را بفروشید و کسب درآمد کنید. نحوه‌ی برخورد و نحوه‌ی ارائه‌ی خدمات به مشتریان بهترین شیوه‌ی تبدیل مشتری به مشتری‌های وفادار است. هر چه مشتری‌های شما وفادارتر باشند پول و ثروت بیشتری نصیب شما خواهد شد.

برای آنکه مشتری‌های وفادارتری نصیب خود کنید و بتوانید با رضایت آنها اطلاعات تماسشان را بدست بیاورید، سعی کنید در ارائه خدمات به مشتریان تجدید نظر کنید.

با بدست آوردن شماره تماس و ایمیل مشتریان به راحتی می‌توانید یک بانک اطلاعاتی قوی تشکیل دهید و تمام تخفیفات و جشنواره‌های دوره‌ای و فصلی را به شماره و ایمیل آنها ارسال کنید.

از بانک اطلاعاتی به شیوه‌ای دیگر هم می‌توانید استفاده کنید. هر زمان که در فروش یک محصول به مشکل برخورد کردید می‌توانید اطلاعات محصول را به ایمیل یا شماره مشتریان خود ارسال کنید. خواهید دید که در مدتی کوتاه تمام محصولات به فروش خواهد رفت.

## چگونه اطلاعات تماس مشتری را بدست بیاوریم؟

مشتری از گرفتن تخفیف خوشحال می‌شود. می‌توانید به وی اعلام کنید که به سایت شما وارد شود و اطلاعات تماس خود را وارد و در صورت دایر شدن تخفیف و جشنواره‌های خاص به وی از طریق پیامک یا ایمیل اعلام شود.

راهکار دیگری هم که وجود دارد این است که یک پیامک خالی به یک شماره خاص ارسال کند و کارمندان پشتیبانی با وی تماس بگیرند و تمام اطلاعات را از خود مشتری دریافت کنند.

۴. دفتر کارتان را اجاره یا رهن بدهید

## اگر برای کسب و کار خود دفتر اجاره کرده اید سعی کنید اتاق های دفتر را اجاره دهید تا هزینه ی دفتر خود را به دست بیاورید



اگر توجه کرده باشید به هر شرکتی که وارد می شوید چند نوع کسب و کار مختلف در کنار هم در هر اتاقی کار می کنند. به طور مثال یک اتاق مختص به دکوراسیون داخلی، اتاقی دیگر به طراحی صفحات وب، اتاقی دیگر یک فروشگاه آنلاین و ...

شخصی که به دکوراسیون داخلی مراجعه می کند این نیاز را در خودش می بیند که به کسب و کار شما هم سر بزند.



همه‌ی اینها به صورت کاملاً مجزا از هم اما در یک مکان مشترک کار می‌کنند. اگر دفتر کار را شما برای کسب و کار خود اجاره کرده‌اید و در ابتدای راه هستید برای اینکه هزینه‌های مصرفی شما بیشتر نشود سعی کنید اتاق‌های دیگر را اجاره یا رهن بدهید.

این کار شما دو مزیت دارد:

### مزیت اول:

مقداری از هزینه‌های اجاره دفتر را مستقیماً اشخاصی دیگر پرداخت می‌کنند.

### مزیت دوم:

چون در ابتدای راه هستید می‌توانید مقداری از سود حاصل از فروش محصول و همچنین اجاره دفتر را در کسب و کار خودتان سرمایه‌گذاری کنید.

۵. فرصت خرید به مشتری بدهید، سپس افزایش قیمت بدهید

## قبل از اینکه محصولی را گران کنید تاریخ مشخص کنید و به مشتری فرصت خرید بدهید



هر کسب و کاری در هر حیطة و زمینه‌ای که باشد، نیاز به افزایش قیمت دارد. شما نمی‌توانید تمام محصولات و خدمات را برای همیشه به یک قیمت به فروش برسانید.

یک راهکار ثابت شده برای اینکه بتوانید مشتری‌های بیشتری بدست بیاورید این است که قبل از اینکه قیمت محصولات و خدمات خود را افزایش بدهید سعی کنید به هر طریقی مانند سایت، شبکه‌های اجتماعی، پیامک، ایمیل و **روش‌های تبلیغاتی مختلف** به مشتری‌ها اطلاع رسانی کنید که این خدمات یا محصول تا تاریخ فلان به همان قیمت قبل ارائه می‌شود و در تاریخ ذکر شده افزایش قیمت خواهد داشت.

البته نکته‌ای که باید مد نظر داشته باشید این است که تاریخ ذکر شده نبایستی زیاد باشد که مشتری به خودش بگوید فعلاً وقت هست بعداً میرم یا نه آنقدر نزدیک باشد که فرصت را از دست رفته بداند.

به عنوان مثال فرض کنید شما طراح صفحات وب هستید و یک پکیج خاص برای طراحی در نظر گرفته‌اید با قیمت ۲ میلیون تومان. به مشتریان خود اعلام کنید که این قیمت تا ۱ ماه آینده به ۳ میلیون تومان افزایش قیمت خواهد داشت.

اعلام کنید هر شخصی قبل از تاریخ ذکر شده مراجعه کند با همان قیمت ۲ میلیون تومان محاسبه خواهد شد.

## سخن آخر

کسب و کار هر چه اندازه باشد می‌تواند با این روش‌ها به راحتی مشتری‌های جدید و بیشتری کسب کند. کما اینکه کسب و کارهای بزرگ هم از همین روش‌ها استفاده می‌کنند.

به کار بردن این روش‌ها [ایجاد انگیزه](#) خرید در مشتری است. مشتری با دیدن این نوع تبلیغات در خودش این نیاز را می‌بیند که قبل از به پایان رسیدن فرصت، خریدش را انجام دهد.

اگر کسب و کار شما به نوعی با مردم به صورت حضوری ارتباط دارد، سعی کنید ارتباط با مشتریان خود را قوی کنید و آنقدر خوب صحبت کنید که رفتار رقبای شما به نوعی توهین به آنها تلقی شود. این کار شما بازاریابی دهان به دهان را به همراه خواهد داشت.

## ما را در شبکه های اجتماعی دنبال کنید

