

چگونه با این ۴ راهکار در شرایط رکود بازار افزایش فروش داشته باشیم؟



مشتریان سرمایه های اصلی هر کسب و کاری به شمار می روند. تمام کارهایی که شما در طول مدیریت خود انجام می دهید تا **جذب مشتری** داشته باشید از بازاریابی و تبلیغات گرفته تا عضو شدن در شبکه های اجتماعی، همه و همه فقط برای جذب مشتری است.

مشتری همه چیز یک کسب و کار است. اگر مشتری نباشد بازاریابی و تبلیغات شما به هیچ دردی نمی خورد. اگر مشتری نباشد به هیچ عنوان نمی توانید محصولاتتان را بفروشید و در آن سوی میدان هم اگر مشتری از محصولات و خدمات شما اطلاع و آگاهی نداشته باشد نمی تواند از شما خرید کند. به هر حال این دو به یکدیگر وابسته هستند و نبود یکی به نبود دیگری وابسته است.

در حیطه ی کاری شما رقبا ی زیادی وجود دارد که به راحتی می توانند مشتریان را از چنگ شما بیرون بیاورند و این شما هستید که باید خودتان را آماده ی نبرد با این رقبا کنید آن هم در بدترین و همچنین بهترین شرایط اقتصادی که ممکن است در زمان فروشتان به وجود بیاید و اگر سهل انگاری کنید به راحتی مشتریان خود را از دست خواهید داد.

برخی از اشخاص هر زمان که مشتریان کمتری داشته باشند سعی می کنند گله و شکایت کنند و شرایط، اوضاع و رکود اقتصادی را بهانه قرار می دهند که به این دلیل ها مشتریان ما کم شده است. اما یک سوال که به وجود می آید این است:

چرا با وجود این رکود اقتصادی بقیه رقبا مشتریان بیشتری دارند؟

اگر شرایط و رکود اقتصادی باشد برای همه است. اگر نبود نقدینگی باشد برای همه است و این مشکلی است که خیلی از کسب و کارها با آن دست و پنجه نرم می کنند. اما در این بین برخی از کسب و کارها هم هستند که بیشتر از همه مشتری دارند و این رکود اقتصادی روی آنها کمتر اثر گذاشته است.

بزرگترین مشکلی که در این بین وجود دارد این است که این مشتریان هم سعی می کنند مشتریان قدیمی خود را نگه دارند و هم مشتریان جدید را به دست بیاورند و این رمز موفقیت این کسب و کارها است.

به طور طبیعی اگر مشتری نباشد نه تولید کالایی خواهد بود و نه فروشی و نه افزایش فروشی. پس همه چیز به مشتری وابسته است. اگر مشتری ها اقدام به خرید نکنند شما و رقبایتان باید کسب و کارتان را رها کنید. برخی از کسب و کارها سعی می کنند با دادن [هدایای تبلیغاتی](#)، پورسانت و یا تخفیف مشتریان را به سمت خودشان جذب کنند و جالب اینجاست که موفق هم می شوند و تمام اینها وابسته به نوع تبلیغات و بازاریابی تان بر می گردد.

تیم "[کافه نیاز](#)" در این مقاله قصد دارد به شما بیاموزد که چطور می توانید با ۴ راهکار که راه هایی عملی و اثبات شده است در شرایط و رکود اقتصادی مشتریان بیشتری به دست بیاورید.

با ما همراه باشید

راهکار اول: بدست آوردن دل مشتریان قدیمی و فعلی



برایان تریسی یکی از بزرگترین اشخاصی که در حوزه ی موفقیت های فردی فعالیت می کند یک قانون به خصوص دارد که به قانون ۲۰، ۸۰ معروف است. این قانون می گوید:

۲۰ درصد از مشتریان فعلی شما ۸۰ درصد از خریدهای شما را انجام می دهند

این بدان معنا است که مشتریان قدیمی اجر و قرب بیشتری در نزد فروشندگان دارند به خاطر اینکه راضی نگه داشتن همین مشتریان می تواند بیشترین فروش را برای شما به همراه داشته باشد و این مورد ۲ مزیت بزرگ به همراه دارد:

- ✓ **مزیت اول:** مشتریان قدیمی خودشان شخصاً اقدام به خرید از شما می کنند
- ✓ **مزیت دوم:** با راضی نگه داشتن و خشنود کردن مشتریان قدیمی، همین مشتریان قدیمی تان هستند که کسب و کار شما را به دیگران معرفی می کنند و این یعنی بازاریابی دهان به دهان.

هر چه قدر هم که رکود اقتصادی و یا اوضاع اقتصادی خراب باشد اما اگر به مشتریان قدیمی و فعلی خود بها بدهید و یا با دادن اشانتیون، تخفیف، پورسانت و یا هدایای تبلیغاتی به راحتی می توانید این رکود اقتصادی را

تحمل کنید. این روش نگه داشتن مشتریان قدیمی و فعلی را خیلی از کسب و کارها به اجرا درآورده اند و نتیجه های فوق العاده خوبی هم کسب کرده اند.

اما چگونه این مشتریان را حفظ کنیم؟

خیلی ساده است برای این کار می توانید به مشتریان خود ایمیل بزنید، تماس بگیرید، ملاقات های حضوری داشته باشید، مشتریان را به همایش هایی که در مورد کسب و کارتان است دعوت کنید و یا نامه ارسال کنید و محصولات و خدماتتان را با همان مواردی که در بالا گفتیم که شامل اشناتيون، پورسانت، تخفیف و هدایای تبلیغاتی به آنها معرفی کنید.

این کار شاید زمان بر باشد اما یک تکنیک عملی و اثبات شده است که می تواند در بدترین شرایط هم افزایش فروش را برای شما به ارمغان بیاورد.

راهکار دوم: ارتباط با مشتریان را فراموش نکنید

یکی از فاکتورهای فروش در دوران رکود اقتصادی برقراری ارتباط دوستانه و صمیمانه با مشتریان قدیمی است



برقراری ارتباط با مشتریان یکی از مهمترین کارهایی است که تا زمانی که کسب و کارتان فعال است باید به آن بپردازید. از هر تکنیکی استفاده کنید تا دل مشتریان خود را به دست بیاورید و این ارتباط را به صورت دائمی ادامه دهید.

برقرار کردن ارتباط از اهمیت ویژه ای برخوردار است به خاطر اینکه سود بیشتر در قبال برقراری ارتباط بهتر است. اگر به صورت محترمانه و مودبانه، ارتباط هایی صمیمانه با مشتریان خود برقرار کنید باعث می شود تا در دوران رکود هم از شما خرید کنند و این رمز موفقیت در فروش است.

مشتریان در رأس هرم فروش شما قرار دارند و ارتباط های موثر و محترمانه برقرار کردن با آنها می تواند رشد و پیشرفت کسب و کارتان را تضمین کند که همین در نوع خودش یک مهارت و توانایی است که هر کسی از عهده ی آن بر نخواهد آمد.

در آن سود اما اگر توانایی و مهارت ارتباط برقرار کردن را نداشته باشید و بی احترامی به آنها را سر لوحه ی خود قرار دهید به راحتی شکست را به سمت خود هدایت می کنید و همین مورد باعث کاهش فروش های ناگهانی در کسب و کارتان می شود.

همچنین اگر این ارتباط های دوستانه را قطع کنید و یا آن ارتباطی که مشتریان در نظر داشته باشند، نباشد قطع به یقین مشتریان هم کمتر از شما خرید می کنند و این کار در دوران رکود کار را برای شما سخت تر خواهد کرد و در بعضی مواقع ممکن است مشتریان رقبای شما را برای خریدهای بعدی انتخاب کنند.

برای ارتباط برقرار کردن با مشتریان سعی کنید با وسواس زیاد به جلو بروید. از انجام کوچکترین اشتباهی که مشتریان را از شما دور کند و یا به گونه ای دیگر برداشت کنند، جداً خودداری کنید.

سعی کنید این نکته را فراموش نکنید: آنقدر با مشتریان خود خوب رفتار کنید که رفتار دیگر رقبایتان با آنها به نوعی بی احترامی باشد.

راهکار سوم: به دنبال مشتریان جدید باشید



طبق قانون ۲۰، ۸۰ هر چند که مشتریان قدیمی ۸۰ درصد از خریدهایتان را انجام می دهند اما باز هم شما نباید به این مورد بسنده کنید و منتظر این باشید که مشتریان قدیمی تان از شما خرید کنند. امکان دارد مشتریان تان از محصولات و خدمات شما ناراضی باشند و همین مورد کافی است تا دفعات بعد از شما خرید نکنند.

برای اینکه دوران رکود را به سلامت پشت سر بگذارید باید سعی کنید در کنار حفظ مشتریان قدیمی به دنبال مشتریان جدید هم باشید تا هم کسب و کارتان رشد کند و هم افزایش فروش داشته باشید.

اما چطور مشتریان جدید جذب خود کنیم؟

در دوران رکود راه های زیادی وجود دارد تا بتوانید مشتریان جدید کسب کنید و این مورد ملزم به این است که زمان بگذارید و مقداری هم هزینه کنید. اما راحت ترین راه این است که قبل از اینکه دوران رکود شروع شود شما به فکر آن باشید و این زمانی اتفاق می افتد که به صورت مداوم با مشتریان خود ارتباطی دوستانه و صمیمانه برقرار کنید.

اگر مشتریان خود را راضی نگه دارید و با آنها ارتباطی صمیمانه برقرار کنید به راحتی آنها شما را به دیگران معرفی می کنند و این رایگان ترین بازاریابی در کل دنیا محسوب می شود. به طور کل مشتریان تان را راضی نگه دارید تا آنها مشتریان جدید را به کسب و کارتان معرفی کنند.

اگر به مشتریان اشناتيون، هدايای تبليغاتی از محصولات و خدمات خود و يا تخفیف های ویژه ارائه دهید به طور حتم از شما و کسب و کارتان راضی و خشنود خواهند بود و به پاس این همه لطف و محبتی که به آنها داشته اید شما را به دیگران معرفی می کنند و این یکی از [رمزهای موفقیت فروش](#) در دوران رکود خواهد بود.

راهکار چهارم: مزیت رقابتی به وجود بیاورید

داشتن مزیت رقابتی در دوران رکود اقتصادی می تواند بهترین راهکار برای برون رفت از این رکود باشد



در دوران رکود بزرگترین ویژگی که می تواند راه نجات شما باشد، داشتن [مزیت رقابتی](#) نسبت به رقبا است. اگر نتوانید مزیت رقابتی به وجود بیاورید به طور حتم به سلامت از این دوران نخواهید گذشت. برای این کار سعی کنید خوب فکر کنید و ببینید چه کاری می توانید انجام دهید که شما را نسبت به رقبایتان بهتر و برتر نشان می دهد.

چه تغییری می توانید در محصولات و خدماتتان به وجود بیاورید که استفاده از آن ساده تر و کار کردن با آن به نوعی جذاب تر از قبل می شود. مزیت رقابتی تیر ترکش شما برای رهایی از دوران رکود است. هر تغییری هر چند کوچک می تواند شما را از این دوران به سلامت عبور دهد.

اما چطور مزیت رقابتی ایجاد کنیم؟

یکی از این روش ها این است که تحلیل رقبا را انجام دهید و ببینید آنها چه محصولات و خدماتی و به چه شکلی به مشتریان خود ارائه می دهند. بررسی این مورد به راحتی می تواند ذهن شما را نسبت به مزیت های رقابتی باز کند و ایده هایی به ذهنتان خطور می کند که به وسیله ی آن تغییراتی کوچک در محصولات و خدمات خود به وجود بیاورید و همین مورد یک مزیت رقابتی بزرگ برای شما خواهد بود.

سخن آخر

اگر دوران رکودی وجود داشته باشد برای همه است و موفقیت از آن کسانی است که با مشتریان قبلی خود به خوبی رفتار کنند و از [جذب مشتریان جدید](#) هم غافل نشوند. سعی کنید از تکنیک هایی که در این مقاله ارائه به خوبی استفاده کنید تا این شرایط رکود را به سلامتی پشت سر بگذارید.