

چه عاملی باعث می شود مشتریان از ما خرید نکنند؟

مهمترین عاملی که باعث می شود مشتریان از ما خرید کنند



تمام کسب و کارهایی که در کل دنیا راه اندازی می شوند با یک چالش بزرگ روبرو هستند. چالشی که برای برطرف کردنش دست به هر اقدامی می زند. تمام مدیران و بازاریابان کسب و کارها بر این موضوع اتفاق نظر دارند که فروش حرف اول را در صنعت کسب و کار می زند. اگر مشتری از ما خرید نکند به طرز وحشتناکی از دور رقابت کنار خواهیم رفت. اگر فروش محصول یا خدماتی در کار نباشد به راحتی باید کسب و کارمان را رها کنیم و گوی رقابت را به رقبایمان بسپاریم.

اما سوال اینجاست:

چرا در بعضی از کسب و کارها به صورت روزانه افزایش فروش اتفاق می افتد؟

این سوالی است که ذهن تمام مدیران کسب و کارها، بازاریابان، کارآفرینان و مدرسان کسب و کار را به خودش جلب کرده است و همه به تنها موردی که رسیده اند این است: **مهمترین عاملی که مشتریان از ما خرید می کنند چیزی نیست به جز اعتماد.**

شاید به جرأت بتوان گفت اعتماد بزرگترین سرمایه ی یک کسب کار است. اگر [اعتماد بین شما و مشتری](#) به وجود نیاید به هیچ عنوان نمی توانید محصولات و خدماتتان را به مشتری بفروشید. اگر اعتمادی در کار نباشد افزایش فروش که سهل است، روز به روز کاهش فروش هم در پی خواهید داشت و مخاطبین و مشتریان شما به خاطر بی اعتمادی که به کسب و کارتان دارند، [بازاریابی دهان به دهان](#) را به صورت منفی به راه می اندازند تا کسب و کارتان را به نابودی بکشانند.

یکی از دلایلی که موفقیت شما را در کسب و کار رقم می زند این است که در [بازاریابی، اعتماد مشتریان](#) را جلب کنید. اگر [بازاریابی](#) نکنید نمی توانید مشتری پیدا کنید و اگر اعتمادی در کار نباشد، مشتری هم در کار نخواهد بود.

از خودتان پرسید:

- ✓ چرا مشتری باید از من خرید کند؟
- ✓ چه دلیلی وجود دارد که باعث می شود مشتری از بین این همه رقیب، کسب و کار من را انتخاب کند؟
- ✓ آیا محصول با کیفیتی ارائه می دهم؟
- ✓ آیا اعتمادی بین ما به وجود آمده؟
- ✓ آیا به رقبای من اعتماد ندارد؟

پیدا کردن تمام این جواب ها، مسئله و مشکل را حل خواهد کرد و این شما هستید که باید این اعتماد را در مشتری به وجود بیاورید تا مشتری، [بازاریاب رایگان دهان به دهان](#) کسب و کار شما باشد.

تیم "[کافه نیاز](#)" در این مقاله مایل است با شرح دادن ۳ دلیل به شما بگوید که چرا اعتماد سازی مهمترین عامل خرید مشتری از شما خواهد بود. رعایت کردن این عوامل افزایش فروش را در هر کسب و کاری به همراه خواهد داشت.

با ما همراه باشید

دلیل اول: داشتن مزیت رقابتی نسبت به رقبا

تا جای ممکن مزیت های رقابتی خودتان را با رقبایتان بررسی و آنها را افزایش دهید. این یعنی ایجاد اعتماد در مشتری



این روزها در هر حوزه ای که مشاهده کنید کسب و کارها مثل قارچ در حال رشد کردن و روز به روز در حال افزایش و ازدیاد شدن هستند. به طور مثال [کسب و کارهای اینترنتی](#) را در نظر بگیرید. به صورت روزانه هر شخصی یک دامنه ثبت و یک سایت طراحی می کند و این می شود یک رقیب برای رقبای دیگر.

اما [درصد شکست در کسب و کارهای اینترنتی](#) خیلی زیاد است. به خاطر همان بحث اعتماد سازی که در بین مخاطبین به وجود آمده است. به عنوان مثال همه ی ما به سایت دیجی کالا اعتماد کرده ایم. اگر واقعاً قصد ما خرید اینترنتی باشد اولین سایتی که در نظر می گیریم دیجی کالا است.

شاید به سایت های رقبای دیجی کالا هم سر بزنییم اما در نهایت سایتی که برای خرید در نظر داریم دیجی کالا است، فقط و فقط به خاطر اعتمادی که در بین مردم به وجود آورده است و همین عامل کوچک یکی از بزرگترین عوامل خرید مشتری ها از کسب و کار ما است.

اما اگر این اعتمادها از بین برود نه تنها مشتریان از رقبای ما خرید می کنند بلکه دیگران را هم ترغیب می کنند که از ما خرید نکنند و این شروع بدترین روزهای کسب و کار شما خواهد بود.

سعی کنید از خودتان بپرسید:

مزیت رقابتی کسب و کار من نسبت به رقبا چیست که باید از من خرید کنند؟

خوب به این سوال فکر کنید و بدون در نظر گرفتن احساسات تمام مزیت هایی که دارید و یا می توانید به وجود بیاورید را یادداشت کنید و به موقع آن را در کسب و کارتان پیاده سازی کنید.

دلیل دوم: ارائه ی محصولات و خدمات با کیفیت

برای اینکه مشتری به شما اعتماد کند سعی کنید در تبلیغاتتان محصولات را معرفی کنید که از کیفیت بالایی برخوردارند



شاید این اتفاق برای شما هم افتاده باشد:

تبلیغی را در تلویزیون، رادیو، [بیلبردهای تبلیغاتی](#)، سایت های اینترنتی و هر کجای دیگر به صورت مکرر مشاهده می کنید و سازندگان تبلیغ چنان از کیفیت محصولشان صحبت می کنند که انگار با کیفیت تر از محصولشان در دنیا وجود ندارد و در آن سو شما هم چنان جذب این تبلیغ می شوید که تصمیم به خرید می گیرید.

اما بعد از خرید و چند روز استفاده از محصول متوجه می شوید که کیفیت محصول با چیزی که در تبلیغات مشاهده می کردید زمین تا آسمان فرق دارد و به نوعی گنده گویی و بزرگنمایی در تبلیغات به حساب می آید. همین مورد کوچک باعث می شود تا یک حس بی اعتمادی بین شما و این برند به وجود بیاید.

به نظر شما تا چه اندازه این تبلیغات روی خرید شما تأثیر دارد؟

مطمئناً در تبلیغات هر چه بیشتر بزرگنمایی کنیم به طبع مشتری بیشتری بدست خواهیم آورد اما این مورد را در نظر بگیرید:

به اندازه ی بزرگنمایی که در تبلیغات می کنید به همان اندازه هم باید کیفیت محصولات خوب باشد وگرنه مشتریان به راحتی رقبایتان را برای خرید در نظر می گیرند. پس سعی کنید در تبلیغات همزمان بزرگنمایی محصول را به اندازه ی کیفیت محصول یا خدمات تان بالا ببرید.

دلیل سوم: قیمت گذاری اصولی محصولات و خدمات

مشتری باید احساس کند در قیمت گذاری به او اجحاف نگرده اید تا دوباره محصولات و خدمات شما را خریداری کند



قیمت گذاری محصولات و خدمات دارای شرایط و قوانینی است که با رعایت این شرایط است که می توانید مشتریان را به سمت خودتان جذب کنید. جذب مشتری در این طور مواقع سخت است. به خاطر اینکه مشتریان برای خرید از چند مکان به صورت حضوری دیدن می کنند و یا با مراجعه به سایت های مختلف قیمت ها را بررسی و سپس اقدام به خرید می کنند.

مشتری زمانی به شما و کسب و کارتان اعتماد می کند که قیمت گذاری محصولات و خدماتتان را کاملاً اصولی رعایت کرده باشید. به طور مثال اگر قصد خرید گوشی از سایت شما را داشته باشد اول تمام مزایا و معایب و امکانات این گوشی و همچنین قیمت این محصول را بررسی می کند. سپس به بازار می رود و قیمت سایت شما را با فروشگاه های دیگر بررسی می کند.

اگر پرداختی مشتری به شما بیشتر از فروشگاه های دیگر باشد به طور حتم به سایت شما بی اعتماد خواهد شد و از جایی دیگر خرید خواهد کرد. بر عکس این موضوع هم صادق است. اگر قیمت همان گوشی در فروشگاه ها بیشتر از سایت شما باشد خوب مشتری تصمیم می گیرد از شما خرید کند.

اعتماد سازی بر حسب قیمت گذاری در این اوضاع نابسامان اقتصادی، بهترین راه حل برون رفت از خرید نکردن مشتریان است. برای اینکه این اصول را رعایت کرده باشید باید قیمت محصول های رقبا را بررسی کنید و بر اساس آنها این قیمت ها را پیاده سازی کنید.

این نکته ای که در مقاله های قبلی هم ذکر کرده ایم را فراموش نکنید:

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

گاهی یک محصول با سود کم را به ۱۰۰ مشتری می فروشید و گاهی همان محصول را با سود زیاد به ۱۰ نفر می فروشید. به طبع سودی که در مورد اول عایدتان می شود بیشتر از سودی است که در مورد دوم بدست می آورید و به همین راحتی افزایش فروش نصیبتان می شود.

به هر حال برای اینکه این حس اعتماد در مشتری از بین نرود سعی کنید قیمت گذاری و دریافت سود را به صورت عادلانه جلو ببرید تا همین مشتری هایی که در حال حاضر دارید را از دست ندهید. چون از دست دادن مشتری یعنی از دست دادن همان سود حتی اگر کم باشد.

سخن آخر

بزرگترین عامل در خرید مشتری، اعتماد است. با اعتماد سازی مخاطبین است که می توانید مشتری هایتان را نگه دارید و یا همین مشتری ها را به یک مشتری وفادار تبدیل کنید. این را مطمئن باشید که مشتری تا زمانی که به کسب و کار، محصولات و خدمات شما اعتماد نکند، هیچ خریدی صورت نخواهد گرفت.