

چرا مشتری خرید میکند ؟

جواد حسن زاده

هنگامیکه مشتری تصمیم به خرید چیزی دارد، به عنوان یک فروشنده حتما دوست دارید اولین فردی باشید که به شما مراجعه می کند. ولیکن رقبای شما نیز آماده پاسخگویی به نیازهای مشتریان هستند.

چه عاملی موجب می شود که مشتری مکان خاصی یا بهتر است بگوییم از بین رقبای مختلف یکی را برای خرید انتخاب می کند. این همان چیزی است که ذهن شرکت های مختلف را به خود مشغول ساخته است. بهتر است بدانید که حتی مشتریان نیز اغلب مواقع پاسخی برای این سوال پیدا نمی کنند.

در نظر آنان، خرید نوعی حمایت در جهت افزایش بازدهی و بهبود سرویس دهی تجاری است، ولیکن در واقع چیزی که بیشتر نظر مشتریان را به خود جلب می کند و آن را دقیقا زیر نظر می گیرند لباس، کفش، مارک تجاری هنرپیشه ای است که برای تبلیغات شرکت خاصی صحبت می کند و بر طبق آن بازارهای خرید را شکل می دهند، البته عوامل زیادی در این موضوع که چطور از رقبای خود پیشی بگیرید، نقش دارند که چند مورد مهم عبارتند از:

۱- آگاهی

آگاهی یعنی شناخت کامل مشتری از شما درباره زمانی زیاد، اگر به خوبی شناخته نشوید هرگز از شما خرید نمی کنند، پس بر روی بازاریابی خود کار کنید تا جایی که اطمینان داشته باشید برای مشتریان خود شناخته شده هستید و نگران هزینه بازاریابی نباشید که بازده آن در آینده ای نزدیک به طور کامل هزینه را پوشش خواهد داد.

دو شیوه موثر در افزایش آگاهی عبارتند از:

۱. تبلیغات

تبلیغات و راه های دیگر بازاریابی نام شما را در مقابل کالابه مشتری معرفی می کند حتی اگر خریدی از شما نشود تبلیغات نام و سابقه شما را در یاد مشتری زنده نگه می دارد.

۲. موقعیت

اگر به کاری مشغول هستید که مشتریان به شما مراجعه می کنند برای مثال رستوران یا مغازه خرده فروشی دارید، سعی کنید مکانی را برای کسب و کار پیدا کنید که محل عبور افراد باشد یا اگر با ماشین از آنجا عبور می کنند بتوانند لحظه ای توقف کنند، مکانی را پیدا کنید که دید خوبی داشته باشد.

مزایا و شکل ظاهری کالا

شکل ظاهری کالاهمان خصیصه مهمی است که آن را از رقبای شما متمایز می کند، مزایای کالانیز چیزی است که منجر به بهبود زندگی مشتری و کسب و کار شما می شود. برای مثال چیزی که در یک سبزی فروشی نظر مشتری را به خود جلب می کند، کاهویی است که ظاهری آراسته و بدون آفت کش را داشته باشد برای اینکه هدف مشتری سلامت خود و خانواده و مصونیت از زیان مواد شیمیایی است.

کلید موفقیت

بر روی کیفیت بیش از ظاهر کالاتوجه داشته باشید مشتریان می خواهند بدانند کالای خریداری شده چه مزایایی را در آینده برای آنان در بر خواهد داشت و مورد مذکور با توان زیاد آنان را به سوی خرید کالاسوق می دهند.

قیمت

انتخاب قیمت مناسب کالانسیبت به رقبا همان چیزی است که ذهن مشتری را به سمت خرید کالای شما هدایت می کند، اغلب اوقات تعدادی از مشتریان به قیمت بالاواکنش زیادی نشان می دهند. در حقیقت قیمت، یک محرک قوی به حساب می آید در این صورت باید تلاش کنید قیمت را تا حد امکان پایین نگه دارید. تعدادی دیگر از مشتریان بدنبال کالای لوکس با قیمت بالا هستند در این صورت قیمت بالاحتی برای آنان جذاب نیز هست، به طور مثال کیف های دستی کوچک و گران قیمت را در نظر بگیرید. تعدادی از مردم در جستجوی کیفیت مطلوب هستند و کمیت برای آنان اهمیتی ندارد.

مارک تجاری و ماندگاری کالا

مارک های تجاری نیز یکی دیگر از محرک های قوی در جهت جلب نظر مشتری به حساب می آیند، مارک های تجاری در گسترش ارتباط میان مشتری و کالاو آشنایی بیشتر با سطح آرامش و راحتی کالای مذکور بسیار موثر است، همچنین در شرکت های کوچک یا افرادی که به تنهایی تجارت می کنند زمان ماندگاری کالای آنان برتر از مارک های تجاری در نظر مشتریان است.

انعام

به مشتریان خود تخفیف یا هدیه ای یادبود دهید و آن دسته که از کالای شما راضی هستند را تشویق کنید تا آن را در بین افراد دیگر رواج دهند و به مشتریان قدیمی از طریق فرستادن ایمیل یا کارت های زیبا و جدید کمک کنید تا کالای شما را بیاد آورند.

موارد مذکور را روهاندا آبرامس مدیر برنامه ریزی خرید یکی از شرکت های آمریکایی و مسوول چاپ چندین کتاب در این زمینه مطرح کرده است که امیدوار است در افزایش کارایی شما به عنوان یک فروشنده در یک شرکت یا مکان دیگری موثر واقع شود.

منبع : میر سبز

Eghtesadgar