

چطور یک غریبه را به مشتری تبدیل کنیم؟



چطور یک غریبه را به
مشتری تبدیل کنیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

لید چیست؟ در این مقاله از مدیروب درباره لید و انواع آن و اهمیت آن و تبدیل آن به مشتری صحبت کرده ایم با ما همراه باشید.

یکی از اصطلاحات کلیدی در کسب و کارها، کلمه لید است. لید همان مشتری راغب است که برای نخستین بار هر نوع پرسشی در مورد کسب و کار و یا محصولات و خدمات شما می پرسد و قصد دارد به مشتری شما تبدیل شود. برای ساخت لید یا همان مشتری راغب روش های گوناگونی وجود دارد که با توجه به نوع کسب و کار، لازم است مناسب ترین و بهترین روش را انتخاب کنید تا بیشترین کارایی را داشته باشد. با ادامه متن همراه شوید تا بیشتر با انواع لید و چگونگی جذب آن آشنا شوید.



لید (Lead) چیست؟

یکی از اصطلاحات کلیدی در کسب و کارها، کلمه لید (Lead) یا سرنخ است. این اصطلاح کلیدی در زمینه بازاریابی و تبلیغات بسیار پرکاربرد است. لید یا همان مشتری راغب به افرادی گفته می شود که به هر روشی با محصولات و خدمات شرکت شما آشنا شده اند و تمایل به خرید دارند، اما هنوز تصمیم قطعی نگرفته اند. این افراد معمولا برای اولین بار جهت کسب اطلاعات و یا شاید خرید به شما مراجعه خواهند کرد و در مورد محصولات و یا کسب و کار شما سوالاتی را مطرح می کنند. از این رو می توان گفت که داشتن لید برای کسب و کارها از اهمیت ویژه ای برخوردار است. داشتن لید برای بیزینس ها علاوه بر فروش و سودآوری، موجب افزایش اعتبار کسب و کار نیز خواهد شد.

بی شک فروشندگان روزانه با افراد زیادی روبرو می شوند که با هدف خرید به آنها مراجعه کرده اند. این افراد سوالاتی در مورد محصولات ارائه شده می پرسند و فروشنده با حوصله و صبر بالا به تمامی سوالات جواب می دهد تا بتواند مشتریانش را راضی کند. اما تمامی این گفتوگوها در بین فروشندگان و مشتریان قطعا به خرید منجر نمی شود و خرید از فروشنده به عوامل زیادی از جمله مهارت فروشنده بستگی دارد.

لید (Lead) چیست؟



انواع لید در کسب و کارها

لیدها با توجه به جایگاهشان در چرخه خرید به انواع مختلفی تقسیم می شوند. به یک نوع لید تکیه نکنید و بهتر است از انواع لیدها در کسب و کار خود استفاده کنید تا بتوانید به نتیجه بهتری برسید. لیدها به ۴ دسته تقسیم می شوند؛ لید بازاریابی، لید فروش، لید محصول و لید خدمات از انواع مختلف لیدها هستند.

- لید بازاریابی: افرادی که به فعالیت های تیم بازاریابی شما علاقه مند می شوند، در دسته لید بازاریابی قرار می گیرند. این افراد هنوز تصمیم به تماس و خرید نگرفته اند. افرادی که در لندینگ پیج شما ثبت نام می کنند در دسته لید بازاریابی قرار می گیرند.

- لید فروش: افرادی که تمایل دارند از شما خرید کنند و علاقه خود را نشان داده اند در دسته لید فروش قرار می گیرند. کسانی که با شماره های روی سایت شما تماس می گیرند و در مورد محصول و خدمات ارائه شده شما سوالی می پرسند، لید فروش هستند.
- لید محصول: شرکت هایی که نسخه رایگان محصولاتشان را ارائه می دهند، می توانند لید محصول را جذب کنند. لید محصول به افرادی گفته می شود که قبلا از خدمات و یا محصولات شما استفاده کرده اند و می خواهند بابت دریافت نسخه پولی هزینه پرداخت کنند. بسیاری از اپلیکیشن های آموزشی، ورزشی و ... امروزه از لید محصول استفاده می کنند.
- لید خدمات: مشتری هایی که با تیم خدماتی در ارتباط هستند و تمایل به دریافت خدمات محصول خریداری شده هستند، در دسته لید خدمات قرار می گیرند. برای مثال کسانی که اپلیکیشنی را خریداری کرده اند و با تیم خدمات مشتریان در ارتباط هستند و می خواهند برای بروزرسانی اپلیکیشن پول پرداخت کنند.



چرا جذب لید مهم است؟

اگر با تعریف و معنای لید به خوبی آشنا شده باشید، به خوبی درک خواهید کرد که جذب لید برای یک کسب و کار می‌تواند چقدر مهم باشد. هر کسب و کاری تعدادی مشتری ثابت دارد اما واقعا این تعداد مشتری ثابت برای کسب درآمد و پیشرفت کسب و کار کافی است؟ هر کسب و کاری بی‌شک برای افزایش فروش و پیشرفت قطعا به یک سری مشتریان جدید نیاز

دارد. از دیگر دلایلی که جذب لید می تواند بسیار مهم باشد این است که بسیار کم هزینه تر از سایر روش ها برای جذب مشتری است. روش هایی مانند تبلیغات برای جذب مشتری پر هزینه تر از تبدیل لید به مشتری است.

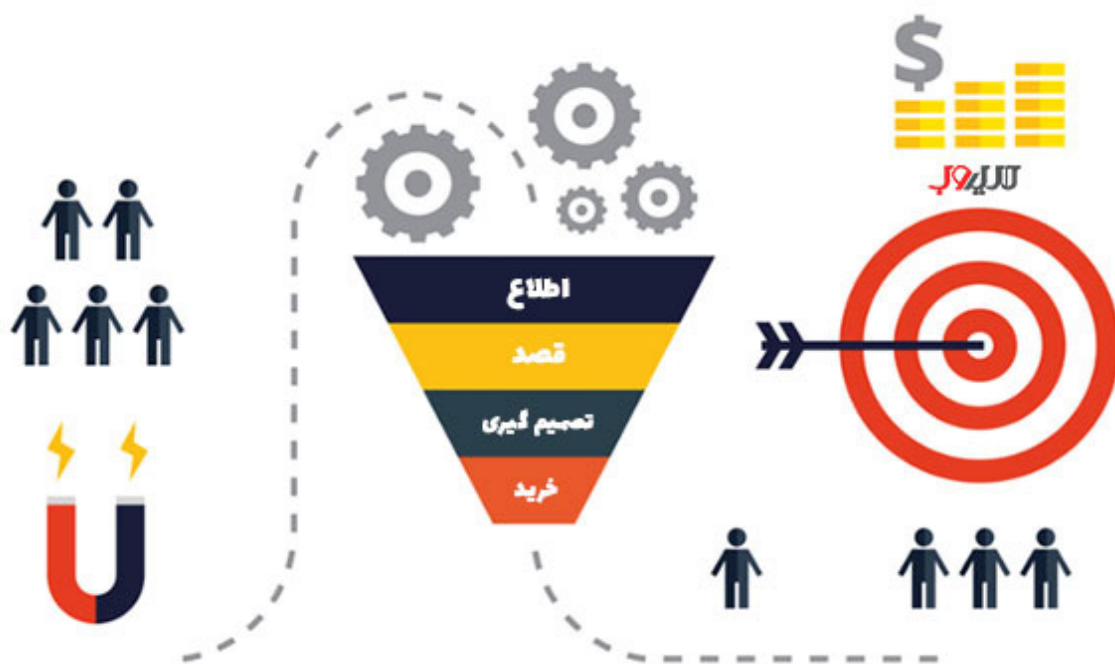
از مزایای جذب لید می توان به دسترسی به مخاطبان هدف، افزایش آگاهی، جمع آوری اطلاعات مشتری و وفاداری برند اشاره کرد. شرکت ها با تولید لید می توانند گروه های بزرگی از مشتریان درست کنند و با ارائه خدمات مخصوص مانند ارائه تخفیف، وفاداری مشتریان را افزایش دهند. به کمک جمع آوری اطلاعات مشتریان می توانید محصولی مناسب مشتریان ارائه دهید. همچنین می توانید نیازهای آنها را شناسایی کرده و مشکلشان را حل کنید.

روند جذب لید

وقتی شما بتوانید یک شخص غریبه را که از محصولات شما بی خبر است را به شخصی تبدیل کنید که به خرید محصول شما علاقه مند می شود، لید ایجاد کرده اید. برای ایجاد لید لازم است یک سری از کارها را انجام دهید تا افراد غریبه به طور طبیعی جذب محصولات یا خدمات ارائه شده شما شوند.

در دنیای دیجیتال مارکتینگ کلمه لید کاربرد دارد. در دیجیتال مارکتینگ لید به اشخاصی گفته می شود که در لندینگ پیج شما ثبت نام می کنند و برخی از اطلاعات شخصی را در اختیار شما قرار می دهند. در دنیای دیجیتال مارکتینگ ایده ها، ابزارها و ترفندهای بیشماری موجود است که بتوانید افراد را به مخاطبان خود تبدیل کنید.

قبل از اینکه به راه های تبدیل لید به مشتری بپردازیم، ابتدا لازم است با روش های افزایش لید آشنا شوید. ابتدا لازم است به خوبی خدمات و ارزشی را که به کاربران ارائه می دهید را معرفی کنید تا بتوانید آنها را به خود جذب کنید. لازم است در این مرحله نیازهای کاربران را کشف کنید و آنها را کنجکاو کنید. برای این کار می توانید از روش های بازاریابی محتوا، حضور در شبکه های اجتماعی مختلف، بهینه سازی یا سئو، استفاده از کلمات کلیدی مناسب، کوپن های تخفیف، رویدادهای زنده، محتوای آنلاین و ... بهره ببرید. شما می توانید در شبکه های اجتماعی با تولید محتوای جذاب، مشتریان غریبه را به سوی خود جذب کنید. به صورت کلی می توان گفت که لازم است در این مرحله محصول ارائه شده را به خوبی به همه معرفی کنید و در کانال های مختلف با دسته بندی های مناسب به مشتریان خود ارائه دهید. در ادامه با هر یک از این روش ها بیشتر آشنا خواهید شد.



تبدیل کاربر به لید از طریق گوگل

یکی از راه هایی که کاربران را می توانید به لید تبدیل کنید، گوگل است. وقتی کاربر کلمه ای را در گوگل سرچ می کند، اگر سایت شما یکی از اولین نتایج ارائه شده گوگل باشد، کاربر بر روی سایت شما کلیک می کند. برای اینکه سایت شما یکی از اولین نتایج گوگل باشد، لازم است وب سایت کاربر پسند و خوبی داشته باشید. برای دستیابی به رتبه های بالا در گوگل لازم است با مفاهیمی همچون سئو آشنا شوید و یک سری اصول را رعایت کنید.

تبدیل کاربر به لید از طریق تولید محتوا

تولید محتوا چه متن و عکس باشد و چه ویدیو و پادکست، بی شک به

ایجاد لید بسیار کمک خواهد کرد. تولید محتوا به منظور ارائه یک سری اطلاعات که به صورت رایگان در دسترس کاربران قرار می‌گیرد تا برای کسب و کار شما لید ایجاد کند. حال سوال این است که چطور می‌توان با استفاده از تولید محتوا می‌توان لید را جذب کرد؟ صاحبان مشاغل می‌توانند با تولید محتوای غنی و با ارزش مشتریان زیادی را برای کسب و کار خود جذب کنند.

تبدیل کاربر به لید از طریق وبلاگ نویسی

یکی از بهترین روش‌ها برای جذب لید، می‌توان به داشتن وبلاگ اشاره کرد. صاحبان کسب و کار می‌توانند با داشتن وبلاگ‌های فعال و تولید محتوای با ارزش، مشتریان زیادی را جذب کنند. در این روش بازاریابی تولید محتوای متنی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و شما می‌توانید مقاله‌های وبلاگ خود را از ابتدا تا انتها با هدف جذب لید بنویسید. شما می‌توانید با توجه به استراتژی‌های خود در زمینه وبلاگ نویسی فعالیت کنید و کسب درآمد کنید. با این روش قطعاً می‌توانید به سادگی لید جذب کنید. اگر یک وبلاگ به خوبی طراحی و مدیریت شود، بی‌شک در بازار کار به عنوان لیدر شناخته خواهد شد.

[بیشتر بخوانید: چگونه وبلاگ نویسی را شروع کرده و از آن پول دریاوریم؟](#)

روش‌های ساخت لید

استفاده از
چت‌بات



تولید محتوای
باکیفیت



برگزاری ایونت



داشتن یک
وبسایت خوب



برگزاری
فروش‌های ویژه



مدیریت

تبدیل کاربر به لید از طریق شبکه‌های اجتماعی

همه ما می‌دانیم که شبکه‌های اجتماعی جایی که مخاطب زیادی در آن حضور دارد، از این رو با اطمینان می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مکانی مناسب و ایده آل برای جذب لید است. مثلاً شما می‌توانید به سادگی به فالورهای خود در اینستاگرام بگویید که در استوری لینک را کلیک کنند. همچنین در شبکه‌های اجتماعی دیگر از جمله تویتر، فیس بوک و تلگرام نیز می‌توانید با قرار دادن لینک، لید جذب کنید.

شما همچنین می‌توانید با پست کردن محصولات خود را به کاربران و دنبال کنندگان خود ارائه دهید. همچنین می‌توانید از قسمت بیو شبکه‌های اجتماعی نیز استفاده کنید. در کل می‌توان گفت که روش‌های ایجاد

لید در شبکه های اجتماعی خصوصا اینستاگرام بسیار زیاد است و در ایجاد لید به شدت تاثیر گذار است.

بیشتر بخوانید: [بازاریابی شبکه های اجتماعی چیست و چطور به رونق کسب و کارها کمک می کند؟](#)

تبدیل کاربر به لید از طریق مشتریان قدیمی

همیشه قرار نیست که مشتریان جدیدی را جذب کنید. شما می توانید از روش های مختلفی کسانی را که قبلا یک بار با سایت شما تعامل داشته اند را هدف قرار دهید. مثلا می توانید برای کسانی که قبلا در سایت شما ثبت نام کرده اند یک ایمیل یا SMS بفرستید. با توجه به اینکه این افراد قبلا در وب سایت شما ثبت نام کرده اند پس به احتمال بیشتری مشتری شما خواهند شد.

مطالعه بیشتر: [حفظ مشتریان دائمی با ۱۲ روش خارق العاده](#)

تبدیل کاربر به لید از طریق صفحه لندینگ

یکی دیگر از روش های جذب لید، درست کردن صفحه لندینگ یا فرود است. در این صفحه می توانید از کاربر درخواست کنید کاری را انجام دهد؛ به عبارتی از CTA یا کال تو اکشن استفاده می کنید. در این صفحه معمولا

فرم تماس، فضایی برای وارد کردن ایمیل و یا هر اطلاعات دیگری که نیاز دارید، طراحی شده است. با این کار شما به سادگی می توانید اطلاعات بازدیدکنندگان را دریافت کنید و آنها را به مشتری تبدیل کنید.

مطالعه بیشتر: [Call to Action یا فراخوان به عمل چیست؟](#)



چگونه لید را به مشتری تبدیل کنیم؟

تا اینجای مقاله با تعریف و اهمیت لید و البته روش های جذب لید آشنا شدید. یکی از مهمترین سوالات موجود این است که چگونه لید را به مشتری تبدیل کنیم؟ پس از آن که شما فرآیند جذب لید را به خوبی انجام دادید،

زمان آن است که لید را به مشتری تبدیل کنید. شما در این مرحله لیستی از افرادی را در دست دارید که به کسب و کار و محصولات شما علاقه دارند و تنها به تلنگری کوچک برای خرید نیاز دارند. در این مرحله لازم است سعی کنید کاربر را به محصولات خود علاقه مند کنید و در او انگیزه خرید ایجاد کنید. برای این کار می توانید روش های زیر را امتحان کنید.

- اولین کار این است به کاربران اطلاعات مفید و سرگرم کننده بدهید.
- لازم است در این مرحله بیشتر با کاربر در تعامل باشید.
- به کاربر پیشنهادهای وسوسه کننده از جمله تخفیفات خوب و یا خدماتی رایگان ارائه دهید.
- شما می توانید در این مرحله کاری کنید که کاربر در طولانی مدت به برند شما علاقه مند شود.
- یکی از راه های که در این مرحله می تواند مفید باشد، فرستادن ایمیل یا SMS به افراد با محتوای تبلیغاتی مناسب است. با این کار شما می توانید به سادگی لیدهای خود را به مشتری تبدیل کنید.



درست کردن صفحه معرفی محصول کاملا حرفه ای

اگر تمامی مراحل جذب لید را به خوبی انجام دهید ولی صفحه معرفی محصول خوبی نداشته باشید، تمام زحماتتان به باد خواهد رفت. لازم است حتما صفحه محصول کاملی بسازید تا کاربر به خوبی با محصولات شما آشنا شوند. در هنگام درست کردن صفحه محصول ایده آل لازم است نکات زیر را رعایت کنید.

- اولین نکته این است که باید صفحه طراحی شده شما کامل و جذاب باشد. البته در کنار این که لازم است صفحه کامل باشد باید طراحی ساده داشته باشد تا کاربر را گیج نکند.

- برای صفحه محصول خود عنوانی کامل و جذاب بنویسید تا بتوانید نظر کاربران را به خود جذب کنید.
- برای اینکه بتوانید محصول خود را بهتر معرفی کنید از عکس و ویدیو استفاده کنید.
- در صفحه محصول مشخصات کلیدی را به صورت دقیق و کامل بنویسید. هر توضیحی که لازم است مشتری بداند را حتما بنویسید.
- یکی از نکات مهم این است که مزایای محصول ارائه شده را حتما بنویسید.
- شما می توانید یک قسمت از صفحه را به نمایش نظرات و ارائه سوالات مشتریان اختصاص دهید. نظر مشتریان قبلی می تواند بر روی خرید کاربران بسیار مهم باشد.
- راه های تماس و تعامل را در دسترس مشتریان قرار دهید تا اگر خواستند با شما تماس بگیرند و به سادگی بتوانند با شما در ارتباط باشند.
- پیشنهادات شگفت انگیز و وسوسه کننده مانند تخفیفات را در صفحه محصول اعلام کنید تا کاربر انگیزه ای برای خرید داشته باشد.
- دکمه خرید را در جای مناسبی قرار دهید تا در دسترس کاربران باشد.



جمع بندی

و در نهایت می توان گفت که فرآیند تولید لید پروسه ای همیشگی و طولانی مدت است. اگر به خوبی این فرآیند را انجام دهید قطعاً می توانید فروش بیشتری داشته باشید. سعی کردیم در این مقاله شما را با روش ها و نکاتی برای جذب لید و تبدیل لید به مشتری آشنا کنیم. به صورت کلی شما می توانید با کال تو اکشن، لندینگ مناسب، استفاده از شبکه های اجتماعی، تولید محتوای خوب و جذاب، تخفیف های وسوسه انگیز و ... به خوبی پروسه تولید لید را تکمیل کنید.