

# چطور اعتماد از دست رفته مشتریان را به دست بیاوریم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

اعتماد، اولین عنصر حیاتی برای هر نوع تجارتي می باشد تا به واسطه آن، مشتریان خود را به سمت سرویس ها و محصولاتشان جذب کنند. اشتباهات و بی توجهی به برخی مسائل باعث از بین رفتن اعتماد کاربران به شما و تجارتتان می شود.

طبق تجربه بزرگترین تجارت های دنیا، مهمترین دلیل ورشکست شدن یک تجارت کوچک و یا بزرگ قبل از هر چیزی از بین رفتن اعتماد مشتریان آن تجارت می باشد. همیشه پیشگیری بهتر از درمان است اما گاهی اوقات به خاطر اشتباهات غیر عمدی، مشتریان ما از کسب و کار ما فاصله می گیرند. چنین موردی در کسب و کارهای اینترنتی به وفور رخ داده و باعث کاهش بازدهی تجارت ها می شود. این مشکل یکی از بزرگترین و رایج ترین مشکلات کسب و کارهای آنلاین به شمار می رود و بی توجهی به آن یقیناً گریبان گیر شما خواهد شد.

از جمله مزایای خرید اینترنتی نسبت به خرید معمولی امکان بهره مند شدن از نظرات و بررسی های دیگر خریداران می باشد. اولین اشتباه یک وب سایت تجاری این است که بستری برای این نوع ارتباطات فراهم نکند. مردم می خواهند تا نظرات دیگران را در مورد محصول مورد نظر خود بدانند و حتی بتوانند با آن ها ارتباط برقرار کنند. فراهم کردن این امکان، یکی از مهمترین اقدامات شما در زمینه مشتری مداری خواهد بود.

فرقی نمی کند که شما دچار این مشکل شده اید یا خیر. چیزی که شما را از چنین مهلکه ای به دور نگه می دارد کسب اعتبار است. اعتبار باعث می شود تا نه تنها وب سایت شما از دید کاربران قابل اطمینان باشد، بلکه از نظر موتورهای جستجو نیز به رتبه بندی شما کمک می شود.

فراموش نکنید که اعتبار برند شما به صورت خودکار اعتماد کاربران را به دنبال خواهد داشت.

ما در ادامه نکاتی بسیار مهم را توضیح می دهیم که با توجه به آن ها می توانید اعتماد مشتریان خود را جلب کرده و یا اعتماد مشتریانی که از شما دور شده اند را دوباره بازیابی کنید.



### روی فعالیت ها و مشتریان اصلی خودتان تمرکز کنید

یکی از بزرگترین اشتباهات کسب و کارهای های شکست خورده در دنیا، تقلید کردن از دیگران به جای الگوبرداری از آن هاست.

این مورد دقیقاً باعث بی اعتبار شدن برند شما می شود و نتیجه آن کاهش زیاد اعتماد کاربران خواهد بود. این را به خاطر داشته باشید که اگر مشتریان و کاربران به سراغ شما آمده اند، به خود شما و تجارت شما اعتماد کرده اند. پس شما باید این اعتماد را زمینه ساز پیشرفت خود کنید و اجازه دهید ویژگی های انحصاری خودتان، مسیر موفقیت شما را ایجاد کنند.

ویژگی ها و خصوصیت های منحصر به فرد برند شما در واقع هویت تجاری شما را بازگو می کنند و هیچ مشتری و کاربری نمی خواهد سرویس یا محصول مورد نظر خود را از تجارتی تهیه کند که با بی هویتی اعتبار خود را زیر سؤال برده است. توجه کردن به رقبا و زیر نظر داشتن فعالیت های آن ها به منظور پیدا کردن نقاط ضعف خود و الگوبرداری برای پیاده سازی برنامه های موفقیت آمیز امری طبیعی و ضروری می باشد اما کپی برداری و تقلید از دیگران بدترین کار ممکن برای یک تجارت به حساب می آید. هر تجارت موفق پیش از این که به درجه بالایی از کسب اعتبار برسد و در ذهن عموم نقش ببندد، رابطه خود را با مشتریان ثابت تقویت کرده است. مشتریانی که با تشویق شدن های شما وفادار و ثابت باشند، سکوی پرتابی بسیار مناسب برای شما خواهند بود.

این مشتریان نه تنها بخش زیادی از فروش و سودآوری شما را تضمین می کنند، بلکه سیستم تبلیغاتی قدرتمند و پرنفوذی هستند که بدون کوچک ترین هزینه ای برای شما مشتری های جدید پیدا می کنند.

### قدرت مشتریان ثابت را دست کم نگیرید

در مبحث بازاریابی اینترنتی مقوله ای با عنوان ۲Ps وجود دارد که داشتن توجه ویژه به آن به وب مسترها توصیه می شود. ۲Ps در واقع مخفف دو کلمه Peers و Personalization می باشد. اصطلاح Peers به مشتریان وفاداری اطلاق می شود که درست مثل یک شریک کار شما را تبلیغ کرده و گسترش می دهند. این مشتریان افرادی مطمئن، با احترام و مشتاق پیشرفت کار شما هستند. این مشتریان پتانسیل بالایی برای بهبود بخشیدن به کسب و کار اینترنتی شما دارند. برخی از اینفلوئنسرها همین مشتریان وفادار هستند با این تفاوت که راهکار نفوذ در شبکه های اجتماعی و ارتباط با دیگر کاربران را به صورت حرفه ای انجام می دهند.

کافیست آن ها را به روش های مختلفی که می دانید تشویق کنید تا آن ها نام برند شما را پخش کرده و شما را به دوستان و آشنایان خودشان پیشنهاد دهند. بسیاری از مشاغل گوناگون از این گونه افراد به نحو احسن استفاده می کنند.

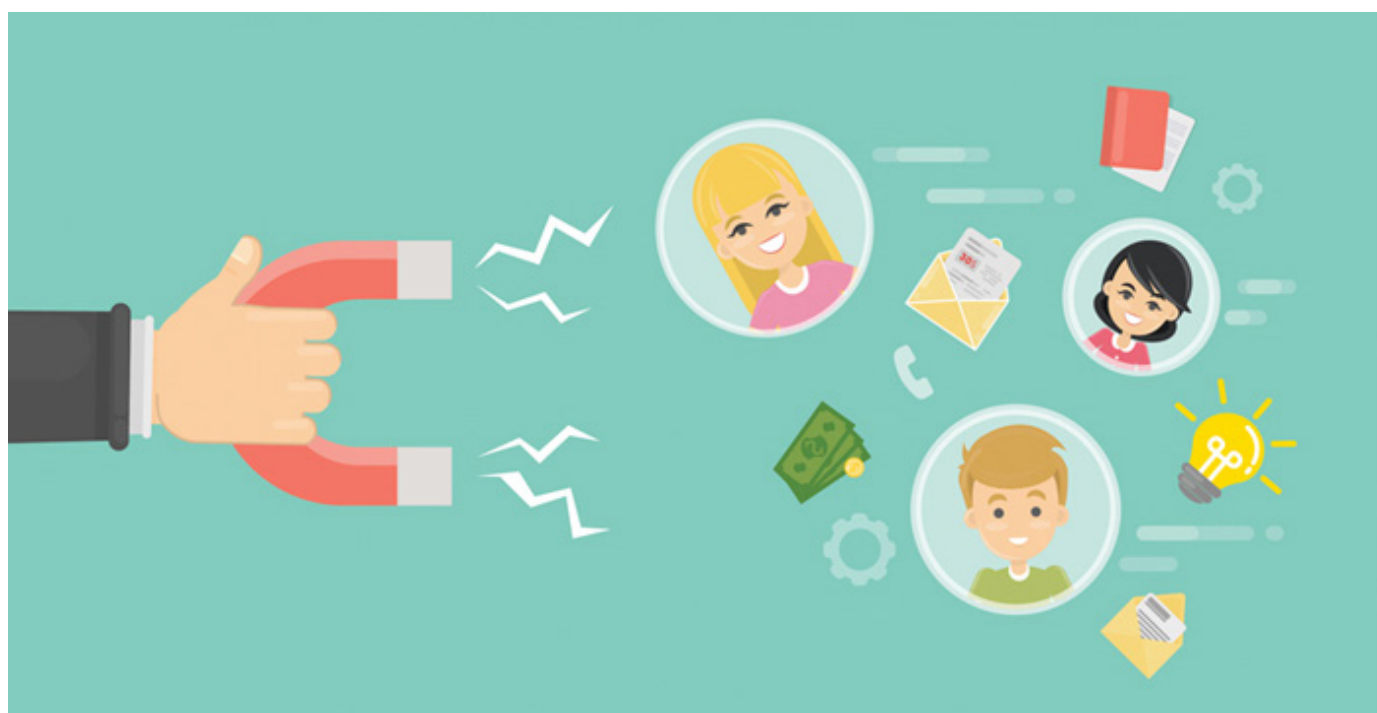
برای مثال اهدای کدهای تخفیف مخصوص این افراد و یا اهدای بن هدیه در ازای معرفی و به اشتراک گذاری برند شما از جمله این موارد هستند. چنین رویکرد موفقیت آمیزی در تجارت های آنلاین ایرانی نیز دیده می شود.

به عنوان مثال شرکت اسنپ به مشتریان ثابت و وفاداری که اسنپ را به دیگران معرفی می کنند، اعتبار رایگان و یا سفرهای رایگان ارائه می کند و یا شرکت هایی مثل دیجی کالا با استفاده از سیستم هایی مثل سیستم کد تخفیف و یا دیجی بن که در ازای خرید بیشتر تخفیف بیشتری برای خریدار در نظر می گیرد، تعامل خود با مشتریان بالقوه را افزایش می دهد. چنین روشی از بازاریابی اینترنتی را می توان نوعی بازاریابی ویروسی دانست که به کمک آن بتوان در زمانی کم مقدار زیادی مشتری مستعد کسب کرد.

مورد بعدی Personalization یا شخصی سازی می باشد، شخصی سازی یکی دیگر از بهترین روش های کسب اعتماد در مشتریان است. به ویژه اگر از پیشنهادات و انتقادات آن ها در شخصی سازی های وب سایت یا شبکه تبلیغاتی خود استفاده کنید. برای مثال خیلی از وب سایت ها با ایجاد نظرسنجی های مختلف از کاربران و مشتری های خود می خواهند که در طراحی سایت به آن ها ایده داده و یا پیشنهادات آن ها را مورد استفاده قرار می دهند.

از این طریق نه تنها به ده ها ایده و پیشنهاد جالب دست پیدا می کنید، بلکه اعتبار خود را پیش کاربران و مشتریان خود افزایش داده و برای نظرات آن ها ارزش قائل می شوید. همین توجه شما باعث می شود تا مشتریانان به شما وفادار تر شوند. اگر این موارد را به خوبی پیاده سازی کنید، خواهید دید که حتی بدون حضور شما، مشتریان ثابت چطور به افزایش اعتبار و شهرت برند شما کمک خواهند کرد.

برای پیشرفت در این زمینه، سعی کنید که تجربه کاربری مشتریان خود را در وب سایتتان بهبود بدهید. تجربه کاربری می تواند شامل طراحی های بنیادی و گرافیکی وب سایت شما باشد. از پیچیدگی ها پرهیز کنید و از طراحی های سبک و گیرا بهره مند شوید تا کاربران با شوق و اشتیاق بیشتری در وب سایت شما وقت بگذرانند.



### از تظاهر کردن به چیزی که نیستید پرهیزید

از دلایل مهمی که باعث می شود تا اعتماد مشتریان شما سلب شود، عدم ثبات شما و تظاهر کردن های بی مورد است. خیلی از تجارت ها به اشتباه فکر می کنند که باید از هر راهی که می توانند خود را به کاربران ثابت کنند.



در این مسیر که اغلب به زیاده روی و اغراق منجر می شود، کاربران و مشتریان متوجه می شوند که این تلاش ها بی هدف بوده و آن تجارت صرفاً تظاهر به حرفه ای بودن می کند اما در عمل چنین نیست. همین مورد کافست تا کاربران به راحتی اعتماد خود را نسبت به تجارت مورد نظر از دست بدهند.

با توجه به این موضوع، شما باید از تعریف و تمجیدهای بی دلیل خود و برندتان خودداری کنید. موفقیت شما باید توسط عملکرد شما ثابت شود نه با گفته ها و ظاهرسازی های شما. این مدل تظاهر کردن ها دلیل اصلی شکست خوردن خیلی از تجارت های نسبتاً بزرگ بوده است. آن ها زمان و هزینه زیادی برای تبلیغات اغراق آمیز صرف کردند و در نهایت نه تنها جذابیت برند خود را از دست دادند، بلکه به خودنمایی بدون مدرک متهم شدند و در نتیجه شکست سنگینی را متحمل شدند.

البته برای جلب توجه کاربران راه های مشابه مناسبی وجود دارد. مثلاً در صورتی که بخش جدیدی به کار خود اضافه کردید می توانید در یک مطلب در وبلاگ خود آن را با کاربران به اشتراک بگذارید و یا می توانید سالگرد تأسیس تجارت خود را با یک دور همی و جشن ساده بین کارمندان برگزار کنید تا از فعال بودن برند خود در نگاه کاربران اطمینان حاصل کنید.



همچنین می توانید داستان های برند خود را به صورت خلاصه در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید تا از این طریق کاربران را با ماهیت اصلی کار خود بیش از پیش آشنا کنید. چنین کارهایی باعث ایجاد روابط تنگاتنگ و در نتیجه کسب اعتماد مشتریان خواهد شد.



### معرفی محصولات و سرویس های خود را آسان کنید

خیلی اوقات اخباری داغ از محصولات و سرویس های خاص به دست ما می رسد که ما را مشتاق به کسب اطلاعات بیشتر از آن ها می کند. خیلی از این محصولات و سرویس ها اخبار تقلبی و بازارگرمی تجارت ها محسوب می شوند و این روزها کاربران خیلی کمتر این مدل تبلیغات را باور می کنند. اگر اعتبار و هویت برندان برای شما اهمیت دارد، به هیچ وجه وارد این مدل تبلیغات دروغین نشوید. شاید در وهله اول این مدل تبلیغات تعداد زیادی کاربر را روانه وب سایت یا شبکه شما کند اما باید بدانید که مشتریان واقعی گول چنین تبلیغاتی را نمی خورند.

بهترین راه برای تبلیغ شدن محصولات شما این است که کیفیت کار شما تبلیغ شما باشد. تأثیری که تعریف کردن یک مشتری واقعی از محصولات شما در دیگر مشتریان دارد، در هیچ نوع تبلیغ دیگری وجود ندارد. بنابراین همانطور که گفته شد باید برای این مورد روی مشتریان وفادار تمرکز کنید. کافیست آن ها را با تشویق کردن و ترغیب کردن راضی نگه دارید و راهی آسان برای اشتراک گذاری محصولات و معرفی آن ها برای دیگران فراهم کنید.

خیلی از تجارت ها برای این منظور به ساخت ویدئو کلیپ های طنزآمیز، آموزشی و ... روی آورده اند تا از این طریق آمار تعداد دفعات به اشتراک گذاشته شدن و معرفی خود را زیاد کنند. شما نیز می توانید از چنین اقداماتی بهره مند شده و با ایجاد یک بستر ساده و آسان، راه به اشتراک گذاری محصولات و سرویس های خود را برای مشتریان وفادار تسهیل کنید. مسلماً فعالیت در شبکه های اجتماعی در این زمینه بازخورد بسیار مناسبی به همراه خواهد داشت.