

قیف فروش چیست و چطور کسب و کارمان را متحول می‌کند؟



قیف فروش چیست؟
و چطور کسب و کارمان را متحول می‌کند؟



نویسنده: مهران منصوری فر

همیشه افزایش فروش برای هر کسب‌وکاری جذاب است. اما این امر یک شبه اتفاق نمی‌افتد و نیاز به دانستن و رعایت اصولی خاص دارد. در این مقاله ما درباره قیف فروش چیست و چه تاثیری در فروش شما دارد صحبت خواهیم کرد.

در دنیایی که برای هر محصول یا خدمات هزاران رقیب وجود دارد، یافتن مشتری و فروش محصولات بسیار دشوارتر از گذشته شده و دیگر کیفیت به تنهایی نمی‌تواند نظر مشتری‌ها را جلب کند. علم تجارت و بازاریابی روش‌های بسیاری برای فروش پیشنهاد می‌کند؛ قیف فروش مبحث این مقاله و یکی از صدها روش موثر در بازاریابی است که می‌تواند منجر به جذب مشتری شود. تبلیغات گسترده، دیجیتال مارکتینگ و صدها روش دیگر همگی برای تنگتر کردن عرصه رقابت بین کسب و کارها طراحی شده‌اند و تنها کسانی برنده این کارزار خواهند شد که روش‌های اصولی را پیش گیرند!



قیف فروش چیست؟

قیف فروش «Sales Funnel» اصطلاحی است که در بازاریابی کاربرد دارد و مدلی برای درک بهتر فرایند فروش است. قیف فروش تمام مراحل و پروسه شناسایی هدف تا تبدیل شدن به یک مشتری واقعی را شامل می‌شود. در مدل بازاریابی Sales Funnel همه چیز از یک سرخ شروع شده و در نهایت تا تبدیل شدن به خریدار واقعی و وفادار ادامه می‌یابد.

برای درک بهتر موضوع بهتر است مثالی ساده را پیش بکشیم. دهانه‌های ورودی و خروجی یک قیف را تصور کنید، با اینکه دهانه ورودی گنجایش زیادی دارد و اما خروجی آن بسیار کمتر است. این موضوع شباهت بسیاری به مباحث بازاریابی دارد که هر کسب و کار برای عرضه محصولات و خدماتش با افراد بسیاری در ارتباط است. اما تعداد بسیار کمی از جامعه هدف اقدام به خرید محصولات و خدمات می‌کنند. به همین دلیل نام قیف را برای این مدل بازاریابی انتخاب کرده‌اند.

در دنیای بازاریابی اصطلاحات مشابه دیگری نیز وجود دارند که برگرفته از همین قیف فروش هستند. برای نمونه می‌توان به قیف بازاریابی (Marketing Funnel) یا قیف درآمد (Revenue Funnel) اشاره کرد. همه این نام‌ها و مدل‌ها می‌خواهند این حقیقت را بیان کنند که پروسه تولید تا فروش درآمدزایی چقدر دشوار است!

بیشتر بخوانید: [افزایش فروش آنلاین با ۲۰ راهکار فوق‌العاده اثربخش](#)

برای آشنایی با Sales Funnel بهتر است ابتدا اصطلاحات مربوط به آن را توضیح دهیم تا حرفه‌ای‌تر به ماجرا وارد شویم. در این مدل بازاریابی با سه نوع مخاطب روبرو هستیم که عبارتند از:

— «Leads» به معنای سرخ یا همان افراد راغب و متمایل به کسب و کار و خدمات یا محصولات.

— «Prospects» به مشتری‌های بالقوه اشاره دارد که شانس خریدار بودنشان بالاست.

— «Customers» که مشتری‌های واقعی هستند و کالا یا خدمات را خرید کرده اند.

همانطور که می‌بینید در فرایند فروش با سه نوع مشتری سر و کار داریم که از یک سرنخ شروع شده و تا خریدار شدن واقعی راهی دراز در پیش است. همه چیز از یک لید یا سرنخ شروع می‌شود! همه افرادی که به تبلیغات، خدمات، محصول، کالا و یا کسب و کارتان واکنش نشان داده و یا به نوعی با شما در ارتباط هستند در دسته سرنخ‌ها قرار می‌گیرند که ما آنرا دهانه بزرگتر قیف تصور می‌کنیم.

دسته دوم که در نیمه‌های قیف فروش قرار می‌گیرند و به نوعی فیلتر شده و تعدادشان از Lead ها کمتر است در دسته Prospects مشتری‌های بالقوه قرار می‌گیرند که احتمال دارد به مشتری واقعی تبدیل شوند. در این مرحله نیز با فیلتر شدن و گذشتن از سد فیلترهایی، تعداد زیادی از مشتری‌ها از خرید منصرف می‌شوند تا در نهایت همان مشتری‌هایی که از دهانه باریک قیف عبور کرده‌اند باقی بمانند که به آنها Customers مشتری واقعی می‌گویند. ایده آل‌ترین حالت برای یک قیف فروش این است که استوانه فروش باشد نه قیف! یعنی همه افرادی که سرنخ هستند به مشتری واقعی بدل شوند. البته می‌شود گفت چنین چیزی غیر ممکن است. شاید پرسید پس در این میان نقش بازاریاب‌ها و متخصصین فروش محصولات چیست؟

اگر مطلب را تا انتها دنبال کنید متوجه نقش و اهمیت آنها خواهید شد اما در اینجا به پاسخی کوتاه بسنده می‌کنیم. در این فرایند متخصصین بازاریابی می‌بایست با ارائه راهکارهایی مشتری را به همان سمتی هدایت کنند که از دهانه باریک قیف می‌گذرد، به بیان ساده تر مشتری باید از لحاظ روانی آماده خرید شود! این کار با روش‌هایی مثل معرفی محصولات، مزیت‌ها، مقایسه با رقبا و ... انجام می‌گیرد.

اگر به دنبال ساخت و اجرای قیف فروش برای کسب و کار خودتان هستید باید گفت تصمیمی هوشمندانه گرفته‌اید. اما بگذارید دوستانه بگویم دنبال یک طرح جامع و از پیش تعیین شده برای اجرا نباشید. Sales Funnel

برای هر کسب و کار متفاوت است. شما می‌توانید با توجه به دانش خود در کسب و کارتان و کمک گرفتن از متخصصین بازاریابی قیف فروش خود را طرح ریزی کنید. ما در اینجا مدل کلی را بیان می‌کنیم و شما با توجه به جامه هدف و خدماتتان می‌توانید آنرا برای کسب و کارتان بهینه کنید. شاید هنوز هم مردد هستید که به طراحی قیف فروش برای کسب و کارتان نیاز دارید یا نه، بگذارید با هم مزیت‌های Sales Funnel را مرور کنیم تا در مرحله بعدی اجرای این مدل بازاریابی را شرح دهیم.



مزایا و اهمیت قیف فروش در کسب‌وکارها

همانطور که متوجه شدید قیف فروش از آشنایی یک مشتری شروع شده و تا تبدیل شدن به یک خریدار ادامه می‌یابد و حتی بعد از خرید نیز تمام نشده و تا زمانی که فرد با آن کسب و کار در ارتباط است ادامه دارد.

- شناسایی مشتری واقعی

به کمک این شیوه بازاریابی می‌توانید مشتری‌های واقعی خود را از بین

افرادی که تنها از روی کنجکاوری یا نیاز، آگهی شما را خوانده یا وارد وب سایت تان شده اند و ... جدا کنید.

- پیش‌بینی بازار

کیف فروش این امکان را به شما می‌دهد تا در هر مرحله بتوانید مشتری‌های بلقوه و مشتری‌های واقعی را اندازه‌گیری کنید و همواره بر میزان فروش نظارت داشته باشید و از همه مهم‌تر بتوانید پیش‌بینی از بازار آینده داشته باشید. می‌توانید میزان فروش‌تان در هر دوره را اندازه بگیرید و تخمینی از آینده داشته باشید.

- شناسایی موانع

با نگاهی با میزان سرنخ‌ها، مشتری‌های بلقوه و مشتری‌های واقعی در هر دوره می‌توانید موانع موجود در مسیر بازاریابی و فروش را شناسایی کنید و با برداشتن موانع فروش‌تان را بیشتر کنید.

- بازاریابی موثر

با استفاده از کیف فروش می‌توانید بفهمید که مشتری‌های شما از کدام محله، شهر یا کشور هستند و از کدام مناطق مشتری ندارید. بنابراین می‌توانید استراتژی بهتری برای تبلیغات و آگاه‌سازی مشتری به کار ببرید و تعداد مشتری‌های واقعی را به بیشترین میزان برسانید.

- شناسایی ذائقه مشتری

اگر دقت کرده باشید بیشتر مردم تقریباً مثل هم فکر و رفتار می‌کنند برای همین است که هر بار یک چیز مد می‌شود! کیف فروش کمک می‌کند تا با بررسی رفتار مشتری‌هایی که به کسب و کارتان جذب شده‌اند و فهمیدن اینکه از چه چیزی خوششان آمده، متوجه سلیقه جامعه هدف شوید و بر اساس آن آگهی‌های بعدی تان را تنظیم کنید تا افراد بیشتری جذب شوند.



مراحل قیف فروش که هر مشتری آن را طی می‌کند

اگر بخواهیم قیف فروش را مرحله بندی کنیم، یک سرخ باید مراحل زیر را دنبال کند تا به مشتری واقعی بدل شود.

۱. **ایجاد آگاهی:** هیچ کسی نمی‌تواند محصولی را به کسی بفروشد که خریدار هیچ آگاهی از آن ندارد. شما باید در مشتری‌های خود آگاهی ایجاد کنید به این معنا که آنها را از حضور خود آگاه کنید و کسب و کارتان را معرفی کنید.

۲. **کسب اطلاعات و پیدایش علاقه‌مند:** پس از آنکه مشتری‌ها از حضورتان آگاه شدند می‌بایست با آموزش‌هایی که در قالب تبلیغات، بنر، یا هر محتوایی که ارائه می‌دهید، به آنها مزایای خدمات و محصولاتتان را بفهمانید. لازم است مشتری بداند که شما قرار است چه گرهی از مشکلاتشان باز کنید تا به خدماتتان علاقه‌مند شوند.

۳. **ارزیابی محصول یا خدمت:** در این مرحله مشتری‌هایی که به خدماتتان

احساس نیاز می‌کنند شروع به ارزیابی شما می‌کنند، بنابراین باید زمینه برای ارزیابی فراهم باشد. که این کار را هم به کمک تبلیغات موثر می‌توانید انجام دهید. سعی کنید برتری‌های خود نسبت به رقبا را، برای سنجش به مشتری عرضه دارید و هیچ وقت رقبا را تخریب نکنید!

۴. تصمیم‌گیری: در این مرحله هنوز هم مشتری مردد است که آیا از شما خرید کند یا نه؟ شما باید تمام اطلاعات لازم در مورد محصول خود را در اختیار مشتری قرار دهید تا هیچ جای مبهمی باقی نماند و مشتری برای یافتن پاسخ سوالاتش به سراغ رقبا شما نرود. این مرحله بسیار مهم است.

۵. اقدام به خرید: مهمترین مرحله در قیف فروش همین مرحله اقدام به خرید است! مشتری‌هایی که به این مرحله رسیده‌اند تصمیم خود را برای خرید گرفته‌اند، اما هنوز تردید دارند، برای آنکه آنها را مصمم به خرید کنید باید ضربه نهایی را بزنید و با یک پیشنهاد هوشمندانه مثل تخفیف یا هر چیز دیگری مشتری را مصمم به خرید کنید.

۶. تبدیل شدن به مشتری وفادار و انجام خرید مجدد: تداوم یک کسب و کار به داشتن مشتری‌های وفادارش وابسته است و برای اینکه یک مشتری وفادار بماند، لازم است تا خدمات پس از فروش مثل گارانتی و پشتیبانی یا پاسخ به سوالات، را به بهترین شکل انجام دهید. همه مراحل که بیان شد را به صورت عمومی در هر کسب و کاری می‌شود اجرا کرد. بسته به شرایط و نوع خدمات می‌توان بر این موارد افزود یا از آنها کم کرد.

بیشتر بدانید: برندینگ یا برندسازی چیست؛ همه آنچه برای خلق برند باید بدانید

سخن پایانی

با اینکه مهم ترین عامل در تجارت، کیفیت و قیمت نهایی محصولات یا خدمات است، اما به روش‌های مختلف بازاریابی می‌توان در سطح بالاتری به رقابت پرداخت و با استفاده از شیوه‌های مختلف فروش محصولات را به بیشترین حد رسانید. کیف فروش روشی برای تبدیل یک مشتری احتمالی به مشتری واقعی و وفادار است. به کمک این روش می‌توان قشر بی اطلاع از خدماتمان را هدف قرار دهیم و با آگاهی و آموزش، آنها را به سمت خرید سوق دهیم.

آیا شما تا کنون از Sales Funnel برای بازاریابی محصولاتتان استفاده کرده اید؟ اگر روش خلاقانه دیگری برای بازاریابی دارید می‌توانید در بخش دیدگاه‌ها با ما و دیگران به اشتراک بگذارید.