



اولین کاری که قبل از خرید یک محصول می‌کنید، چیست؟ احتمالاً از یک دوست می‌پرسید که از آن استفاده کرده است یا خیر و نظرش در ارتباط با آن محصول چیست. شاید هم به صورت آنلاین کمی جست و جو کنید تا ببینید نظر دیگران چیست. شما در این جست و جوها به دنبال تجربیات خوب نیستید. اتفاقاً برعکس؛ می‌خواهید بدانید چرا دیگران از یک محصول راضی نیستند.

مشتریان شما هم به همین نحو. آن‌ها می‌دانند که شما فکر می‌کنید محصول شما بهترین است؛ اما این فقط شماست که اینطور فکر می‌کنید! هیچ ماست‌فروشی نمی‌گوید ماستش ترش است. به همین خاطر، آن‌ها نظر دیگران را می‌خواهند.

مطالعه موضوعی به شما این فرصت را می‌دهد که به جای گفتن، نشان دهید که چه محصول خوبی دارید. باید کیفیت محصول یا خدمات خود را در زندگی واقعی مشتریان نشان دهید. اثبات این مسئله که شما بهترین کیفیت را ارائه می‌دهید، یک دارایی بی‌نظیر است. این مسئله می‌تواند به خریدهای بیشتر و بیشتری از شما منجر شود.

اما تهیه یک مطالعه موضوعی نیازمند همکاری با دیگران و یک طرح جامع است. در ادامه از زوایای مختلف به مطالعه موضوعی می‌پردازیم.

اهمیت مطالعه موضوعی

هنگام خرید یک محصول، اغلب خریداران به افرادی که از آن محصول استفاده کرده‌اند اعتماد بیشتری نسبت به فروشنده دارند. طبیعی است. نظر کسی که در زندگی واقعی از این محصول استفاده کرده باشد بر پایه تجربیات واقعی است؛ نه صرفاً یک مشت عدد و رقم که فروشنده تحویل مشتری می‌دهد. یک بررسی نشان داده است نود درصد افراد پیش از اقدام به خرید، به بخش نظرات مراجعه می‌کنند تا نظر مردم در ارتباط با آن محصول را بدانند.

مطالعه موضوعی کسب و کار شما را واقعی‌تر و قابل اعتمادتر جلوه می‌دهد؛ مخصوصاً اگر بازخوردها مثبت باشد و مشتریان نشان دهند که محصول یا خدمات شما باعث شده است مشکلی از آن‌ها حل شود.

مطالعه موضوعی همانند قطعه پازلی است که حل شدن آن به خریدار می‌قبولاند به چنین محصولی نیاز دارد. آن‌ها با خود می‌اندیشند؛ حالا که در زندگی دیگران چنین تاثیری داشته است، ممکن است تاثیر بسیار مثبتی هم در زندگی ما داشته باشد.

چگونه مشتریان را به شرکت در مطالعات موضوعی ترغیب کنیم؟

ممکن است وسوسه شوید که برای مطالعه موضوعی خود از همه سوال کنید؛ اما شما به چنین نتیجه جامعی نیاز ندارید؛ پس با دقت انتخاب کنید. در ادامه با هشت روش مجرب برای پیدا کردن بهترین گزینه‌ها برای مطالعه

موضوعی آشنا خواهیم شد.

تجربه

به سراغ افرادی بروید که از محصول شما استفاده کرده‌اند و از زیر و بم آن اطلاع کامل دارند. آن‌ها می‌توانند در ارتباط با تجربیات خود از استفاده از محصول شما صحبت کنند و شما هم می‌توانید با تمرکز بر روی چنین مواردی، به نتیجه مطلوب برسید. اگر مشتریانی دارید که پیش از شما سراغ محصولات شرکت‌های رقیب رفته بوده‌اند، اما حالا از استفاده از محصول شما رضایت بیشتری دارند، می‌توانید آن‌ها را با طلا مقایسه کنید! از آن‌ها استفاده کنید تا مشتریان بعدی شما بدانند چرا از دیگران بهترید.

نتایج قابل اعتنا

به دنبال خریدارانی باشید که تجربه خوبی از استفاده از محصولات شما داشته باشند. اگر به اندازه کافی خوب باشید، آن‌ها دوست دارند این تجربه را با دیگران به اشتراک بگذارند.

مشتری‌های معتبر

اگر یک برند معتبر از محصولات شما استفاده می‌کند، اعتباری به کسب و کار شما اضافه می‌شود که چیزی بیشتر از تجربیات یک مشتری معمولی است.

بهترین گزینه‌ها را از کجا پیدا کنیم؟

احتمالا خودتان ندانید که کدام یک از مشتریانتان بهترین گزینه برای مطالعه موضوعی است؛ اما منابعی وجود دارد که می‌توانید با اتکا به آن‌ها، این گزینه‌ها را به راحتی پیدا کنید:

تیم فروش و خدمات

تیم فروش و خدمات پس از فروش نزدیک‌ترین اعضای کسب و کار شما به مشتریان هستند؛ پس عجیب نیست که آن‌ها بهتر از هر کسی بدانند که مشتریان شما چه نیازهایی دارند و در چه مواردی محصول یا خدمات شما عملکرد بسیار خوبی داشته است.

سایت‌های نقد و بررسی

در اینترنت به دنبال سایت‌هایی بگردید که محصولات شما را مورد نقد و بررسی قرار داده‌اند. در انتهای پست‌های نقد و بررسی، به دنبال نظرات بازدیدکنندگان باشید و ببینید نظر آن‌ها چیست.

شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی مختلف را چک کنید. این احتمال وجود دارد که مشتریانتان در شبکه‌های اجتماعی از محصولاتتان صحبت کرده باشند.

چگونه به این گزینه‌ها دسترسی پیدا کنیم؟

حالا که گزینه‌های مد نظرتان را پیدا کرده‌اید، بهترین راه برای دعوت از آن‌ها برای شرکت در این مطالعه موضوعی، ارسال یک ایمیل کوتاه است که آن‌ها را به این کار تشویق کند.

چگونه یک مطالعه موضوعی ایجاد کنیم؟

سوالات مناسبی تهیه کنید. نحوه تدوین سوالات باید به صورت پایان‌باز باشد تا مکالمه با مشتری را به سمتی پیش ببرید که می‌خواهید.

تجربیات پیشین آن‌ها را در متن سوالات جا بدهید. مشکلاتی که پیش از استفاده از محصول شما داشتند و حالا ندارند، کلید حل مسئله است.

تجربه استفاده از محصول شما چه نکته مثبتی برای آن‌ها داشته است؟

چه دلیلی برای توصیه دیگران به استفاده از محصول یا خدمات شما دارند؟

راه دیگری که می‌توانید یک مطالعه موضوعی مفید و موثر ایجاد کنید، مصاحبه است. می‌توانید از مشتریان خود بخواهید داستان آشنایی با محصول شما و تغییراتی که در اثر استفاده از محصول شما در روند زندگی آن‌ها ایجاد شده است را طی یک مصاحبه بیان کنند.

برای مطالعه موضوعی خود یک چک‌لیست آماده کنید. این چک‌لیست باید شامل موارد زیر باشد:

- درباره مشتری
- راه حل
- نقل قول
- اقدامات بصری
- ضبط ویدیو
- تماس برای اقدام

حال، به صورت مختصر به تشریح این موارد خواهیم پرداخت:

در ارتباط با مطالعه موضوعی مد نظرتان چند خطی بنویسید. این متن باید به نحوی باشد که توجه خواننده را به خود جذب کند.

درباره مشتری:

کمی اطلاعات در ارتباط با مشتری خود بدهید. اگر یک شخصیت حقیقی است، آن قسمت از زندگی او که با محصول یا خدمات شما در ارتباط است می‌تواند مفید باشد. اما اگر یک شرکت است، می‌توانید از لینکدین یا هر جای دیگری، اطلاعاتی در ارتباط با آن شرکت ذکر کنید. هرچه معتبرتر، بهتر.

چالش‌ها:

در کمتر از صد کلمه توضیح دهید که مشتری شما پیش از استفاده از خدمات یا محصولات شما به چه مشکلاتی روبرو بوده است.

راه حل:

در متنی با همان طول توضیح دهید که شرکت شما برای حل مشکل این شرکت یا مشتری چه اقداماتی انجام داده است.

در دو تا سه پاراگراف نشان دهید که نتیجه تلاش‌های شما چگونه باعث حل مشکل فرد یا کسب و کار مشتری شما شده است.

نقل قول:

در یکی دو جا جملات مهمی که مشتری در ارتباط با خدمات یا محصولات شما گفته است را هایلایت کنید.

اقدامات بصری:

هر جا لازم است از جدول و نمودار استفاده کنید تا از لحاظ جنبه بصری نیز قدرتمند عمل کرده باشید.

ضبط ویدیو:

تاثیر ویدیو را دست کم نگیرید. ویدیو یک بستر ارتباطی مناسب است که می‌تواند به صورت همزمان بینایی و شنوایی بیننده را درگیر کند و احتمال موفقیت فروش شما را افزایش دهد.

تماس برای اقدام:

مهم‌ترین بخش، تماس برای اقدام است. پس از این که از تمام ابزارهای خود برای ایجاد یک مطالعه موضوعی استفاده کردید، از مخاطب بخواهید با شما تماس بگیرد و یا فرم‌های مربوطه را پر کند.

تقریباً تمام شد. حالا کافی است تمام آن چه را که در این متن خواندید، اجرا کنید!

تاریخ انتشار:

27 تیر 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/13436/%D9%85%D8%B7%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%87-%D9%85%D9%88%D8%B6%D9%88%D8%B9%DB%8C-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA-%D9%88-%D8%AC%D8%B1%D8%A7-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%D9%81%D8%B1%D9%88%D8%B4-%DB%8C%DA%A9-%D9%85%D8%AD%D8%B5%D9%88%D9%84-%D8%A8%D8%B3%DB%8C%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D9%87%D9%85-%D8%A7%D8%B3%D8%AA>