



شما چگونه برای جذب مشتریان خود برنامه‌ریزی می‌کنید؟ این پرسشی است که هر کسب‌وکار نوپایی باید به دنبال جواب درست آن باشد. اگر برای شتاب بخشیدن به فعالیت یک استارت‌آپ یا عملی کردن طرح‌های تجاری خود تاکنون جلسه‌ای با سرمایه‌گذاران بالقوه برگزار کرده باشید، احتمالاً این پرسشی است که با آن مواجه شده‌اید، به یقین هر سرمایه‌گذاری مایل است بداند شما چگونه قصد دارید به کسب‌وکار خود رونق داده و پیشرفت کنید. اما این سوال باید به شکل درستی پاسخ داده شود.

شما چگونه به جذب مشتری می‌پردازید؟ از طریق ارسال ایمیل؟ بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو؟ [بازاریابی](#) محتوا؟ یا روش‌های دیگر. شما می‌توانید یک فهرست از تمام راه‌های [بازاریابی](#) را جمع‌آوری کرده و همه آن‌ها را امتحان کنید، اما چنین راهکاری شبیه پرتاب کردن تیری در تاریکی است. تنها پاسخ درست به این پرسش این است که تایید کنید که شما به یک فرآیند **رشد سریع**، متعهد هستید.

به‌علاوه این‌که طبق گفته بزرگان این حوزه: «هیچ برنامه‌ای در نخستین دیدار با مشتریان به نتیجه نمی‌رسد.» برنامه جذب مشتری شما باید مرحله‌به‌مرحله و با رشد **کسب‌وکار** شما نمود پیدا کند. زیرا چیزی که در ابتدا کار می‌کند ممکن است بعدها جوابگو نباشد و چیزی که در حال حاضر جوابگو نیست ممکن است در آینده ارزش امتحان کردن را داشته باشد، این به معنای آن است که طرح و برنامه‌تان باید پویا باشد و برای انجام آن باید فرآیندی را توسعه دهید که به‌طور مستمر شما را پیش برد. بنابراین، این پرسش باید این‌گونه مطرح شود که آیا شما فرآیند مشخصی را برای به دست آوردن مشتری برای خود ترسیم کرده‌اید؟

### مطلب پیشنهادی



چگونه در دهه دوم زندگی پول‌دار شویم؟  
اگر می‌خواهید قبل از ۳۰ سالگی میلیونر شوید، این ۱۱ کار را انجام دهید

### رشد در برابر هک رشد

وقتی شما برای نخستین بار مبادرت به جذب مشتری می‌کنید، احتمالاً کار خود را با امتحان کردن تصادفی یکسری از تدابیر شروع می‌کنید. در شبکه‌های اجتماعی تبلیغات می‌کنید، مطالبی را در قالب وبلاگ منتشر می‌کنید یا آخرین ترند پیشرفتی را که در مورد آن شنیده‌اید، امتحان می‌کنید. بعد از امتحان کردن بعضی از این ایده‌ها احتمالاً به این

نتیجه می‌رسید که تاثیر چندانی را مشاهده نکرده‌اید. این‌گونه نیست که بتوانید به‌طور تصادفی تدابیر مختلفی را امتحان کرده و در نهایت انتظار موفقیت داشته باشید. باید پشت همه این‌ها یک استراتژی مشخص داشته باشید. به این ترتیب، یک طرح ضربتی را پیاده‌سازی می‌کنید و شروع به سازماندهی تلاش‌های خود در یک صفحه گسترده و پیگیری معیارهای خود می‌کنید. بعد از این‌که مدتی به این صورت ادامه دادید، متوجه می‌شوید با توجه به تلاشی که می‌کنید پیشرفت مستمر کار بسیار دشواری است. شما برای دو هفته روی شبکه‌های اجتماعی تبلیغات کرده‌اید ... حالا باید چه‌کاری انجام دهید؟ بعد از این مرحله است که متوجه می‌شوید در پس همه این‌ها به یک فرآیند هدایت‌شده نیاز دارید. بعد از این‌که اهداف خود را مشخص کردید، یک فرآیند یا سیستم ایجاد می‌کنید که همراه آن کار کند، سپس آن را با استراتژی یا ایده تکمیل می‌کنید تا به اهداف خود دست پیدا کنید و در نهایت آن‌ها را به تدابیر خاصی برای اجرا شدن تقسیم می‌کنید. این تدابیر همیشگی نیستند و تاثیرات آن نیز همیشه در حال کم شدن است. یک فرآیند است که تا زمانی که شما به آن متعهد باشید، مداوم و همیشگی باقی می‌ماند. در اینجا هک رشد استراتژی و تدابیر اتخاذشده از طرف شما محسوب می‌شود و رشد شامل یک فرآیند رسیدن به هدف است.

## چگونه یک برنامه جذب مشتری ایجاد کنیم؟

یک برنامه **جذب مشتری** موفق با یکسری کار مقدماتی ضروری آغاز می‌شود. از جمله آن‌ها می‌توان به مشخص کردن مشتریان ایده‌ال، اهداف، مسیر رسیدن به آن و معیارها برای رسیدن به هدف اشاره کرد. بعد از این فرآیند رشد اختصاصی خود را ایجاد خواهید کرد که کاملاً متناسب با برنامه‌تان است.

### راهکار جذب مشتری 1. مشخص کردن مشتریان ایده‌ال

همه چیز با شناسایی مشخصات مشتریان ایده‌ال آغاز می‌شود. از این‌که آن‌ها چه کسانی هستند و چگونه می‌توان به آن‌ها رسید تا این‌که چگونه باید با آن‌ها صحبت کرد و چیزی به آن‌ها فروخت. درست جذب کردن مشتری اصلی است که باقی کار را بسیار ساده‌تر می‌کند. بنابراین، سعی کنید این درست جذب کردن را برای خود معنا کنید و روش انجامش را یاد بگیرید. «لینکلن مورفی» یک چهارچوب جامع از چگونگی ساخت پروفایل مشتری ایده‌ال شما را گردآوری کرده است.

(<http://sixteenventures.com/ideal-customer-profile>)

### راهکار جذب مشتری 2. مشخص کردن اهداف شما

اهداف به استراتژی‌ها، تدابیر و کارهای روزانه‌تان شکل و فرم می‌دهد. در کتاب Full-Scale آمده است: «تعیین کردن اهداف، نقاط قوت و اولویت‌ها سه وظیفه مهم است که مردم را کارآمدتر می‌کند. این کارآمدی باعث می‌شود تا شما بهتر از وقت خود استفاده کنید. وقت نیز با رشد رابطه مستقیمی دارد و این رشد است که ما را به جایی که می‌خواهیم، می‌رساند.» اهداف ممکن است پول، تعداد کاربر یا اهداف مبتنی بر فعالیت باشد. اهداف شما هر چه باشد، مهم است که هر بار تنها روی یک یا دو هدف تمرکز کنید. برای جذب مشتری، هدف شما می‌تواند این باشد که بازدیدکننده بیشتری به دست آورید، بازدیدکنندگان بیشتری را به سمت اهداف خود هدایت کنید و در نهایت این هدایت را به مشتریان واقعی که حاضرند برای محصول شما پول خرج کنند، تبدیل کنید.

### راهکار جذب مشتری 3. معیارهای خود را بشناسید

پی بردن به معیارهای کلیدی کسب‌وکار اساس رسیدن به یک برنامه موفق است. بدون دانستن معیارهای کلیدی، اگر چه ممکن است بدانید که مثلاً نیاز دارید ترافیک سایت خود را افزایش دهید، اما مطمئن نیستید که به چه میزان از این افزایش ترافیک نیاز دارید. وقتی معیارهای خود را بشناسید، دقیقاً می‌دانید که به چه رقمی باید دست پیدا کنید. این شما را راهنمایی می‌کند تا بفهمید باید روی کدام استراتژی‌ها تمرکز کنید تا بهترین شانس را برای رسیدن به آن‌ها داشته باشید.

## راهکار جذب مشتری 4. تقریبا همه چیز را از همان روز اول پیگیری کنید

بهترین برنامه‌ریزی‌ها برای جذب مشتری، ارزیابی استراتژی‌های سازمان‌یافته از همان ابتدای کار است. اغلب **استارت‌آپ‌ها** این فرآیند را به اندازه کافی زود شروع نمی‌کنند و بعدها تاوان آن را پرداخت می‌کنند. فرقی نمی‌کند که از یک ابزار تحلیلی پولی، Google Analytics یا یک صفحه گسترده کانال جذب ساده استفاده کنید، آنچه بیشتر از همه اهمیت دارد این است که شما هر چه زودتر تاریخچه فعالیت و اطلاعات خود را ایجاد کنید. اما از کجا بدانیم که چه چیزی را باید پیگیری کنیم؟ از آنجا که شما می‌توانید هر چیزی را مورد ارزیابی قرار دهید، بهتر است موارد اصلی را مشخص کرده و از به حاشیه رفتن جلوگیری کنید:

- کار را با ترسیم اهداف در ذهن خود شروع کنید: مطابق با تصمیم‌گیری‌هایی که شما را در راه رسیدن به رشد کمک می‌کند برای زمان نوع ارزیابی خود اولویت‌بندی ایجاد کنید.
- جریان مسیر فروش خود را ارزیابی کنید: اطمینان حاصل کنید که تمام مراحل این مسیر را تحت نظر داشته باشید.

### مطلب پیشنهادی



راهکارهای ساده جذب میلیونی مشتریان  
این ده تکنیک مشتریان کسب‌وکار شما را میلیونی می‌کند

### مهندسی معکوس رشد

حال که شما اهداف و معیارهای خود را می‌شناسید، می‌توانید آن را با **فرآیند رشد** ترکیب کنید تا برنامه‌ریزی‌تان کامل شود. هر چند مردم برای به اجرا گذاشتن **فرآیند رشد** خود از روش‌های مختلفی استفاده می‌کنند، اما ایده کلی همه آن‌ها یکسان است و به‌طورکلی این مراحل را دنبال می‌کنند:

1. ایده‌پردازی: تدابیر و استراتژی‌هایی که در رسیدن به اهداف شما هم‌سو هستند.
2. سازمان‌دهی و اولویت‌بندی: امتیازدهی و مقایسه منابع مورد نیاز و تاثیر بالقوه‌ای که روی فرآیند رشد دارند.
3. آزمایش: به اجرا گذاشتن ایده‌هایی که در سر دارید.
4. تجزیه و تحلیل: مقایسه نتایج به دست آمده از فرضیه و پرسش در مورد چرایی آن.
5. بهینه‌سازی: استفاده از آموزه‌های به دست آمده برای بهبود کار و نظم بخشیدن به ایده‌ها.
6. تکرار: بعد از این که آزمایش کامل شد، به برنامه بازمی‌گردید.

با استفاده از اهداف بلندمدت و معیارهای حال حاضر خود، با مهندسی معکوس آن‌ها می‌توانید متوجه شوید که باید روی کدام بخش از تلاش خود تمرکز کنید. گلوگاه‌های معیارهای خود را پیدا کنید. اگر قصد دارید یک معیار مشخص را بهبود بخشید، ببینید کدام بخش از مسیر جریان فروش شما بیشترین تاثیر را روی این معیار خواهد داشت. کار را با این سوالات شروع کنید: برای رسیدن به هدفمان، همین حالا باید چه چیزی را بهبود دهیم؟ چگونه می‌توانیم آن را بهبود دهیم؟ اگر ترافیک شما پایین است، روی تدابیری متمرکز شوید که بازدیدکنندگان شما را افزایش می‌دهد. به‌عنوان یک استارت‌آپ بیشتر زمانتان باید روی جذب مشتری و توسعه محصول صرف شود. این همان چیزی است که باعث پیشرفت می‌شود. اما باید این را هم در نظر داشته باشید که برنامه جذب مشتری فراتر از توسعه محصولات نرود یا خیلی از توسعه محصول عقب نماند. این همان نکته‌ای است که رعایت نکردن آن می‌تواند به کل کسب‌وکارتان ضربه سختی بزند.

اگر مراقب نباشید، به راحتی ممکن است صرف بیش از حد زمان روی یکی از این دو جنبه توجه شما را به جنبه دیگر دور کرده و باعث لطمه دیدن آن شود.

به‌عنوان مثال، اگر بازاریابی‌تان خیلی بیشتر از تولید محصولات باشد، حتی اگر مشتری زیادی هم پیدا کرده باشید محصول ارائه‌شده از طرف شما کیفیت لازم را برای جلب رضایت آن‌ها نخواهد داشت و تلاش شما بی‌نتیجه خواهد ماند.

برعکس، اگر زمان زیادی را به توسعه محصول اختصاص داده باشید، مشتری کافی را برای بازگشت سرمایه مصرف‌شده و تهیه منابع جدید نخواهید داشت و با خطر کمبود درآمد مواجه خواهید شد یا به‌اندازه کافی مصرف‌کننده نخواهید داشت تا بازخورد کافی از نتیجه کار خود دریافت کنید.

یک برنامه جذب مشتری بهترین شانس را در اختیار شما قرار می‌دهد تا به اهداف خود برسید. اما داشتن برنامه تازه شروع کارتان است. توانایی تجزیه و تحلیل، به اجرا گذاشتن و تکرار مداوم طرح و برنامه همان چیزی است که یک استارت‌آپ موفق را از سایرین متمایز می‌کند.

## تاریخ انتشار:

26 فروردین 1398

### نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/tricks/success-tricks/13954/%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%AC%D8%B0%D8%A8-%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%DB%8C-%D9%85%D9%88%D9%81%D9%82-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%DA%A9%D8%B3%D8%A8%E2%80%8C%D9%88%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%AE%D9%88%D8%AF-%D8%A7%DB%8C%D8%AC%D8%A7%D8%AF-%DA%A9%D9%86%DB%8C%D9%85%D8%9F>