

كيف تخطط لمشروعك التجاري (8) ؟ حسام الرادادي



أهلاً وسهلاً بكم معنا بالجزء الثامن من موضوع كيف تخطط لمشروعك التجاري ؟

العملاء
العميل هو الأساس وهو يعتبر العنصر الأول لنجاح المشروع فبدونهم لا يوجد بيع ولا يوجد مشروع ، لذلك اهتم بكل ما لديك من خطط تنظيمية أو تسويقية بوضع العميل العنصر الأول ، أنت تستقطب موظفين وتعمل خطة تسويقية وخطة عمل ودراسة جدوى كل هذا من أجل العميل ، فبدونهم يظلم المشروع، ولن ترى أحداً يعمل لذلك نحن لا شيء بالمشروع بدون عملاء .

لذلك عزز في أفراد الفريق على أن يتوقفوا عن التفكير في البيع فقط وأن يركزوا على فهم احتياجات العملاء وكيفية تلبيةها .
وتذكر دائماً إن السر في كسب المال هو البحث عن العملاء، وإقناعهم بالشراء، لذلك يجب أن يتم بشكل مخطط ومنظم ومكثف وفعال ، ومن الضروري إرضائهم، حيث إن هؤلاء هم الذين سيقروون في النهاية نجاح مشروعك من عدمه.

* حدد العملاء *

من هم عملاؤك ؟ وكم عددهم ؟
هل هم من الكبار؟ من الصغار؟ من الرجال؟ من النساء ؟ هل هم من المعاقين أم الرياضيين ؟

* حدد مواقع عملائك *

أين مواقعهم هل هم بالمدينة ؟ أم خارج المدينة ؟
والأهم أن تكون متواجد بالقرب منهم ، كن واضحاً وواقعياً للوصول إلى سوقك.

وإذا أردت استقطاب عملاء جدد لا بد من إيجاد ميزة تنافسية وهذا ما أركز عليه دائماً في جميع دوراتي ومؤلفاتي .

* الأسباب الرئيسية لبقاء العملاء وكسب عملاء جدد :

- أظهر الاهتمام بالعميل.
- التحدث بثقة عن المنتج.
- الابتسامة.
- التزم بالتسليم بالوقت المحدد.
- احفظ أسماء العملاء.
- زود العميل حسب الاتفاق المبرم.
- تحلى بكرم الضيافة.
- قلل من أوقات الانتظار.
- اترك ذكريات طيبة حتى إذا لم يشتري العميل.

* الانطباع الأول :

لا بد أن يكون هدفك عند مقابلة أي عميل جديد هو كسب ثقته وإعجابه، ومن هنا يلعب الانطباع الأول دوراً شديداً الأهمية.

* عملية تحديد العميل المناسب متواصلة:

لا بد أن تحدد موقف ومشاعر العميل الذي سيقوم بالشراء منك وهذا هو ما يسمى بعملية تحديد العميل المناسب.

إذا استطعت أنت وفريق العمل تقييم موقف العميل سيكشف عن مدى احتياج العميل للمنتجات ومدى قوة موقفكم، فإذا استطعتم تحديد العلاقة بين المشروع وبين استراتيجية العميل، يعتبر هذا انتصاراً كبيراً لفريق البيع.

وإذا أردت نجاح وبيع أكثر عليك استهداف شريحة سوقية محددة وليس كل السوق.

* نقطة التحول:

“عملائنا الذين سيمكنوننا من تحقيق أحلامنا”.

تابع معنا الجزء التاسع من موضوع كيف تخطط لمشروعك التجاري

أخوكم حسام الرادادي
إخصائي نفسي ومستشار ومتخصص بإدارة المشاريع التجارية