הטקטיקה הכי חשובה ומעשית לייצור רשימת לקוחות, לשמור עמם על קשר ו...למכור!



הטקטיקה הבאה תשמע לך אולי טרוויאלית אך אין משמעותית ובעלת ערך גבוהה ממנה.
הטקטיקה הבאה מחוברת ישירות ללב של העסק שלך! לנכס היקר ביותר בעסק שלך!
למה שהופך את העסק שלך לעסק ובלעדיו הוא לא היה מתקיים...
ואני מתכוונת ללקוחות שלך!

כן, כן, הלקוחות הקיימים שלך, אלו שמקבלים ממך שירות היום ולקוחות העבר שקיבלו ממך שירות בעבר.
(הערה: כשאני כותבת שירות אני מתכוונת גם למוצר)

אוקיי כעת עולה בראשך השאלה: אם הם לקוחות שלי כעת או היו לקוחות שלי בעבר, מה כבר אפשר לעשות איתם??? הרי הם כבר קנו ממני או כבר מקבלים ממני שירות ממש בעת קריאת קטע זה...???

ובכן... כמו לרוב בעלי העסקים, כך וודאי גם לך, יש רשימות של לקוחות עבר או לקוחות קיימים שמחכים שרק "יזיזו"אותם עם הצעה מעולה באמת!
לא כולם, אבל וודאי חלקם!

אלא שאיך אפשר "להזיז" אותם עם הצעה מעולה אם לא שמרת איתם על קשר ולא חיזקת איתם את מערכת היחסים במשך הזמן...

ואם לא יהיה לך מעקב מסודר ושמירה על מאגר הנתונים ומערכת יחסים עם הלקוחות שלך (אני מזכירה לך שזהו לבו הפועם של העסק שלך!) - הכסף שלך נזרק לפח!

ולכן, בדיוק בשביל זה קיימת מערכת רב מסר, שמעבר לקליטתם של לקוחות ומתעניינים חדשים, היא מאפשרת לך לשמור על קשר עם כולם, גם אלו שרכשו, גם עם אלו שלא רכשו ורק התעניינו וגם עם אלו שמקבלים ממך שירות ממש ברגע זה.

הרעיון הוא להפוך מתעניינים ← לקונים

את אלו שקונים (או קנו בעבר) ← לקונים יותר

ואת אלו שלא קונים (כרגע) ← לקונים בעתיד

די בחיזוק הקשר עם המתעניינים והלקוחות הקיימים שלך והרכבת הצעה מעולה עבורם, ויצרת הכנסה נוספת לעסק בלי לשקיע כסף רב בתשתיות נוספות!!!

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

כעת ...עושים סדר ברשימת הלקוחות שלך ומתחילים לטפח עימם את הקשר:

אם כך, מה עלייך לעשות כעת?:

שלב מס' 1 - איסוף כל פרטי הלקוחות שכבר רכשו ממך
(אני מצרפת לך קובץ אקסל למילוי אשר ישמש לך גם כבסיס הנתונים אותו ניתן להעלות ישירות למערכת רב מסר, בלי להעתיק את הפרטים אחד אחד..."חיים קלים" ☺)
ממש לאסוף את הפרטים מתוך הקבלות/חשבוניות שהוצאת להם, מתוך ספר הטלפונים שלך, מתוך כתובות המייל שיש לך, מתוך היומן שלך, המחברות שלך או כל מקום אחר שנהגת לרשום את הפרטים.
הרישום מתבצע לפי :

- שם פרטי
- שם משפחה
- כתובת דוא"ל (אימייל)
- טלפון נייד
- כתובת פיסית
- מה רכש
- תאריך לידה
- תאריך יום נישואין
- וכד'

הערה: ממליצה לאסוף כמה שיותר פרטים על הלקוח, אם חסרים, "זה מה שיש" אולי יהיה ניתן להשלים בעתיד

שלב מס' 2 - איסוף כל פרטי הלקוחות שהתעניינו אך לא רכשו (אם ביכלל שמרת אותם איפשהו) לפי :

- שם פרטי
- שם משפחה
- כתובת דוא"ל (אימייל)
- טלפון נייד
- כתובת פיסית

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

שלב מס' 3 - העלאת פרטי הנרשמים למערכת "רב מסר" שנרשמת אליה

שלב מס' 4 - הכנת דיוורים לרשימה לשמירת קשר ולפיתוח מערכת היחסים

לתשומת לבך ❤:
בזמן המעבר על רשימת הלקוחות והמתעניינים שלך, אני מציעה לך לציין 2 נקודות חשובות:

1. האם יש לך לקוחות שהם סלבס
2. כמה היו מוכנים לתת עדות כתובה/מצולמת/סקייפ וכו'...(אין כלי יותר עוצמתי מעדות!

אפשר להשתמש בעדויות לפרסומת, מכתב, ברושור, בכרטיס ביקור, בהמתנה טלפונית.ועוד)

לתשומת לבך ❤❤ :
איסוף פרטים של מתעניינים במוצר או בשירות שלך יכול להיעשות עם מבקרים במשרד ו/או בחנות ו/או בקליניקה ו/או באתר האינטרנט ו/או צפו בסרטון שהעלת לרשת ו/או כתבת מאמר מעניין ברשת וכו' ו.....

להצלחה שלך,
לילך

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**