إيه أقوى وسائل إقناع العميل بالشراء ؟!

.

من حوالي ٣ شهور . بدأت في خطة إحلال للمطبخ عندنا

قلت خليني آخد الموضوع ده كدراسة حالة . case study

أدرس فيها سلوكي أنا شخصيا كمشتري . هاتصرف ازاي وانا باشتري

.

وتعمدت أكون موجود في شراء كل الحاجات اللازمة للمطبخ

فيبقى بادفع فلوس باخد قصادها منتجات . وفوق البيعة باخد معلومات عن البيع لا تذكر في الكتب ولا الكورسات

.

ووصلت للنتاءج التالية

.

[#نصيحة\_من\_خبير](https://www.facebook.com/hashtag/%D9%86%D8%B5%D9%8A%D8%AD%D8%A9_%D9%85%D9%86_%D8%AE%D8%A8%D9%8A%D8%B1?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVR7Euuyz1AWVQx_QPwhrwMdnMkIFZvgMXjmZU_tbpJno1xD4l2j1sutqoyiluzX4XXeBebu6bqZm21WRUMfH_2ufwxl1GhBDjL_e8M3mdKENxnFYsrQ8lLfWZHM9W5Yn69VPdHJgJ5aezCu6Ncvpu9w7S4-EsfIivSzYXxO4xLQoQRrB6WHvYzyWUka6ouqpY&__tn__=*NK-R)

.

الملاحظة الأولى /

.

أول حد حضرتك هتفكر تشتري منه . هو حد إنتا اشتريت منه قبل كده

حتى لو كان وحش بنسبة ٩٠ ٪ . فانتا عرفت ال ١٠ ٪ الوحشين اللي عنده . فمش هتفكر تروح لحد تاني تستكشف ال ١٠ ٪ الوحشين بتوعه . وممكن يطلعوا ٢٠

.

مثال /

اشترينا مطبقية وزبالة ودرج زيت من محل . ما عجبنيش البياع

النهارده باتكلم مع المدام في شراء حاجة كانت ناقصة . تخيل هروح اشتريها منين ؟!

من نفس المحل . رغم إن فيه محلات تانية في نفس الشارع

.

ده سلوك المشترين . بعيدا عن أي حاجة تانية

البشر جبناء . بيخافوا من المجهول . وده سبب السلوك ده

البشر عاوزين يريحوا نفسهم . وده سبب تاني لنفس السلوك

.

الفائدة من النقطة دي /

الفائدة اللي تطلع بيها من النقطة دي هي إنك بدل ما تصرف ١٠ جنيه على اكتساب عملاء جداد . إصرف ٨ على العملاء الجداد . و ٢ على العملاء القدام

فكرهم بنفسك

هما أكتر ناس مستعدين يشتروا منك تاني

ببساطة لإنهم اشتروا منك أولاني

مجرد كونهم اشتروا منك قبل كده . ده بيسهل عليهم نقاط كتير في اتخاذ قرار الشراء منك

.

فكر عملائك القدام بيك

وسيب معاهم ذكري طيبة . ده هيدعم النقطة دي

.

تأكيدا على المعلومة دي . اللي هيعمل لنا رخام المطبخ . هوا هوا اللي عمل لنا رخام المطبخ من ١٠ سنين

الجماعة في البيت قالوا روح لفلان . أنا رحت للي اتعاملت معاه قبل كده

.

تأكيد تاني /

فيه اتنين عملاء خلصت معاهم الدراسة بشبه خناقة . بعدها بسنة . كل واحد منهم رجع طلب دراسة تانية !!

.

الملاحظة الثانية /

.

تاني حد حضرتك هتشتري منه . هو حد نصحك بيه قريب . أو خبير في المجال

.

واحنا بنشتري الشفاطات . رحت للحد اللي نصحني بيه حمايا . دا القريب

.

واحنا بنشتري إكسسوارات المطبخ . رحنا مع فني الألوميتال لمحل هوا بيتعامل معاه . دا الخبير في المجال

.

الفائدة من هذه الملحوظة /

إهتم بكلام الناس عنك . ال word of mouth

دي تاني أقوى حاجة بعد تجربتك الشخصية . وهي عمليا تجربة شخصية بردو . التجربة الشخصية للحد اللي طلبت منه النصيحة

.

تأكيدا على هذه النقطة . أعلي من قيمة التسويق بالمشاهير والمؤثرين . زي الفود ريفيوورز كده

.

ممكن تكون بتتضايق من الموضوع . شكل الناس وهيا بتاكل بيكون وحش . الأكل والنوم عورتان

وتأوهات الفود ريفيوورز من الأكل مريبة !!

.

لكن !! عمليا . التسويق بالمشاهير والمؤثرين هو أسلوب ناجح جدا

أنا من ساعة ما عملت اللقاء مع د إيهاب . وانا بيجيلي شغل بسببه !!

النقطة دي مهمة جدا

.

الملاحظة الثالثة /

إنتا هتروح للحد اللي سمعت عنه

لو فيه ١٠ محلات . إتعاملت مع واحد منهم . هتروح له . حتى لو وحش . إنتا جبان . وأنا كذلك

طب لو ما اتعاملتش مع حد من العشرة . هتروح لحد اتعامل معاه قريبك أو صديقك أو خبير

.

لو لا ده ولا ده . هتروح لحد سمعت عنه

.

وهنا نعلي من قيمة نشر البراند . أو ال brand awareness

حتى لو العميل ده مش مستهدف . عرفه بنفسك

حتى لو مش من شريحتك . عرفه بنفسك

يعرفك وخلاص . مش مهم ليه

.

أو عمليا . هوا مهم !!

.

فيه عميل هيبقى عاوز يشترى حاجة . ولا اشتراها من حد قبل كده . ولا لاقي حد يرشح له حاجة . هنا هتشتغل الآداة الثالثة . وهي إنه هيروح لحد لمجرد إنه ( سمع عنه ) !!!

.

ممكن تكون بتبيع فساتين أفراح . استهدف البنات اللي مش هيتجوزوا السنة دي عادي . بعد ٥ سنين هتبقى محتاجة فستان فرح . هتجيلك انتا

.

استهدف السيدات المتزوجات . عادي . ممكن واحدة منهم تتطلق وتحتاج تتجوز تاني

.

استهدف كل الناس بال brand awareness

.

أو ممكن تشتغل الآداة الثانية !!

إزاي ؟!

إنه هيطلب ترشيح من حد . الحد ده ( سمع عنك )

حتى لو ما جربكش . يكفي إنه سمع عنك

هنا الشخص المطلوب منه الترشيح هوا اللى هيشتغل بالآداة الثالثة . وانتا هتشتغل بالآداة الثانية ( الترشيح )

.

لو بتبيع فساتين أفراح . استهدف الرجالة . عادي

ممكن الراجل ده يكون أخو البنت الأولى . أو اللي طلق الست التانية وهيتجوز تاني

.

إستهدف كل الناس . ما تعرفش الرزق فين

أي نعم مش هتكمل مع كل الناس مسار التسويق للآخر

لكن المرحلة الأولى . ال brand awareness

دي خليها لكل الناس

.

الآداة الرابعة /

كلام البياع !!

.

ودي ممكن ترفقها على الملحوظة الثانية . وهي ترشيح الخبير !!

يعني البياع هنا هيقوم بدور الخبير

ودي بتشتغل بقوة في حالة إنك بتشتري حاجة محتاجة يقف معاك حد وانتا بتشتريها

.

يعني وانتا بتشتري شيبسي أو عصير . ما بيقفش معاك بياع . لو بتشتري هدوم مش بيقفش معاك بياع

لكن لو بتشتري بوتوجاز . هيقف معاك بياع

.

أنا عامل ٣ دراسات لمصانع بوتوجازات . منهم واحد شغال دلوقتي

لكن !!

وانا باشتري البوتوجاز . قلت للبياع إيه أحسن واحد . قال له ده . قلت له اشتريت !!!

.

وانا باشتري الشفاطات . سألت حمايا . الآداة الثانية . قال لي اشتري ماركة كذا

رحت قلت للبياع عاوز شفاط ماركة كذا . قال لي خد كذا . أحسن منه وأغلى حاجة بسيطة . قلت له اشتريت !!

.

بردو !

وانا عامل دراسة لمصنع شفاطات . بردو !!!

هههههههه

.

كلام البياع ليه قيمة كبيرة جدا

وهنا ييجي دور التسويق بالدفع . push mechanism

التسويق بالدفع يعني إعطاء خصومات للبياع عشان يقنع العميل بمنتجك

التسويق بالسحب يعني إقناع العميل بحيث يروح يطلب البراند بتاعك بالاسم

.

الحاجات اللى بيقف مع العميل بياع وهوا بيشتري . ما تكابرش . واهتم بالتسويق بالدفع . لإن القرار النهائي بيكون للبياع . مش للمشتري

.

الحاجات اللى المشتري بيشتريها لوحده تختلف

.

ودي كانت خلاصة تجربة ثلاثة شهور من عمليات الشراء المرير

لاحظها لكم خبير مكير

وجمعها لكم في هذا المقال القصير الخطير