

# مرحله فرایند تصمیم‌گیری خرید

۵

به جای فروش محصول، یک تجربه خوب خلق کنید



مروج کارآفرینی  
مشاور، مربی و مدرس کارآفرینی  
مدیر توسعه کسب و کار عکس پرینت  
**مهدی ناصری**

@mahdinasseri

مهدی  
ناصری  
mnasseri.ir

شما چگونه

خرید

می کنید؟



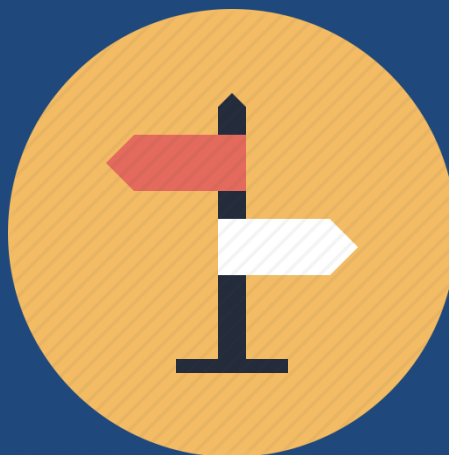
هر خریدی برای مشتری یک

سفر

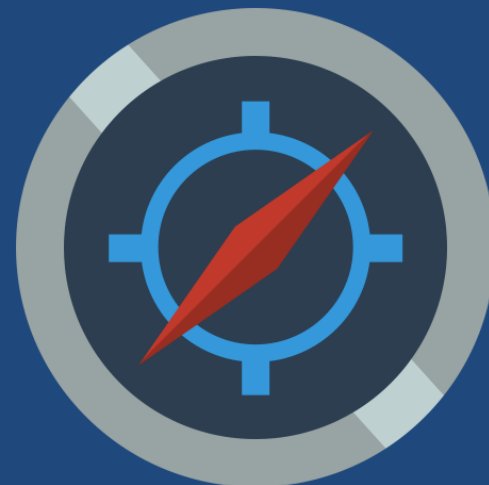
است



چند مرحله



یک سری تصمیم



نیازمند کمک

یک کسب و کار موفق

# همراه مشتری

در فرایند تصمیم‌گیری خرید است



مشتریان

چگونه

تصمیم می گیرند

چه چیزی

را از

چه کسی

خرید کنند؟



مشتریان

# چگونه

تصمیم می گیرند

# چه چیزی

را از

# چه کسی

خرید کنند؟



۱ شناسایی نیاز / خواست

۲ جستجوی اطلاعات

۳ ارزیابی گزینه‌ها

۴ خرید

۵ بعد از خرید

## نیاز

احساسی است که از  
عدم تناسب داشته‌ها با خواسته‌ها  
ایجاد می‌شود

\* محرک‌های درونی

\* محرک‌های بیرون





مشتریان برای خرید

کمک

میخواهند آنها دوست ندارند  
تصمیم اشتباهی بگیرند

\* منابع داخلی اطلاعات

\* منابع خارجی اطلاعات



آنها دوست دارند برای تصمیم خود

# دلیلی قانع‌کننده

داشته باشند



ارزیابی منطقی



ارزیابی احساسی



# خرید



آنها در نهایت از کسی می‌خرند که  
نیاز و خواسته آنها را

**بهتر**

برآورده کند



ارزش خرید بهتر



تجربه خرید بهتر



# بعد از خرید

۵

فرایند خرید، بعد از خرید همچنان

## ادامه دارد

آنها به این فکر می کنند که  
آیا تصمیم درستی گرفتند یا نه؟

\* رضایت مشتری

\* خدمات پس از فروش

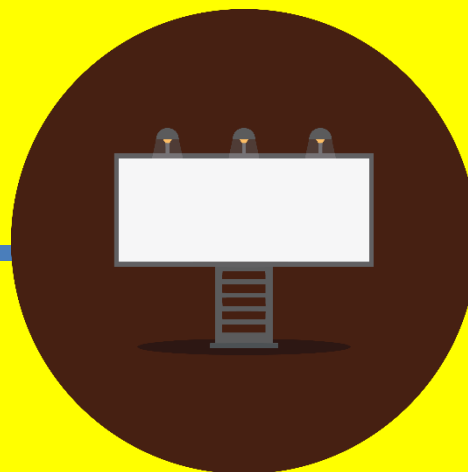




با شناخت فرایند تصمیم‌گیری مشتری و طراحی یک ارتباط خلاقانه

تجربه خرید منحصر به فردی خلق کنید.

# ۱ شناسایی نیاز / خواست



کاری کنید مردم متوجه شوند چه نیازی دارند.  
یا روی نیازهایی که مردم به خوبی از آنها آگاه هستند  
تمرکز کنید



تبلیغات



جایگاه سازی محصول

بازاریابی محتوی

۴

کمپین های اجتماعی

۵

## جستجوی اطلاعات



اطلاعات دقیق و جامعی از محصولات و خدمات خود آماده کنید و آن را از طریق کانال‌های مختلف در اختیار مردم قرار دهید.



وبسایت



کاتالوگ‌ها

توصیه دوستان



وبلاگ



## ارزیابی گزینه‌ها



اطلاعات کافی را برای مقایسه محصولات خود با محصولات دیگر فراهم کنید. روی ارزش پیشنهادی خود تمرکز کنید. صادق باشید



لندینگ پیج

نظر کاربران / کارشناس



قابلیت مقایسه

تخفیف





# خرید



اعتماد ایجاد کنید، ریسک تصمیم‌گیری مشتری را کاهش دهید، پرداخت را آسان کنید و تا حد ممکن زمان پرداخت تا تحویل را کم کنید.



روش‌های مختلف پرداخت



ضمانت بازگشت کالا

بسته‌بندی و تحویل مطمئن



پیگیری سفارش



## ۵ بعد از خرید



بازخور و نظرات مشتری را بعد از خرید جمع‌آوری کنید. با بهبود ارتباط با مشتری بعد از خرید یک رابطه صمیمی با او ایجاد کنید.



شبکه‌های اجتماعی



نظرسنجی از مشتری

خدمات پس از فروش



نظرات آنلاین مشتری



فرایند تصمیم‌گیری مشتری خودتان را شناسایی کنید



و در کل فرایند تصمیم‌گیری خرید، همراه مشتری باشید



ریسک تصمیم‌گیری را کاهش دهید



همواره به او اطمینان دهید

ابهام را کم کنید



صادق باشید



فرایند تصمیم‌گیری مشتری خودتان را شناسایی کنید



مدل رفتاری تصمیم‌گیری مشتریان خود را مشخص کنید



تصمیم‌گیری صبورانه



تصمیم‌گیری احساسی

تصمیم‌گیری لحظه‌ای



تصمیم‌گیری تحلیلی



فرایند تصمیم‌گیری مشتری خودتان را شناسایی کنید



نقش افرادی را در یک فرایند خرید به درستی تشخیص دهید



تصمیم‌گیر



مصرف‌کننده

تاثیرگذار



خریدار



این اسلاید بخشی از ارائه من در کارگاه

## از «خلق ارزش» تا «استراتژی رشد» برای استارت‌آپ‌ها

بود که در اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد.

برای مشاهده مطالب دیگر ارائه شده در این کارگاه  
روی لینک زیر کلیک کنید



# مطالب مرتبط

مفهوم **فانل مشتری** به شما کمک می‌کند،  
با تمرکز روی مشتری رشد کنید  
با کلیک روی تصویر زیر آن را مطالعه کنید



# مطالب مرتبط

مفهوم پرسونای خریدار به شما کمک می‌کند،  
مشتریان خود را بهتر بشناسید.  
با کلیک روی تصویر زیر آن را مطالعه کنید







اگر مطالب این اسلاید برای تان مفید بود

آن را با دیگران به اشتراک بگذارید

و با این کار به من کمک کنید  
تا به افراد بیشتری کمک کنم

@mahdinasseri

با کلیک روی دکمه Share  
پایین همین اسلاید

Share

Like

Download



برای مشاهده اسلایدهای بیشتر  
مرا در اسلایدشیر دنبال کنید

[www.slideshare.net/mahdinasseri](http://www.slideshare.net/mahdinasseri)

مروج کارآفرینی  
مشاور، مربی و مدرس کارآفرینی  
مدیر توسعه کسب و کار عکس پرینت

**مهدی ناصری**

@mahdinasseri

مهدی  
ناصری  
mnasseri.ir