

מפגש 3 האב ירושלים של 'תמך' מגיש סדנא לבעלות עסקים להגדיל את הלקוחות שלך

משתדלות מעל ומעבר לרצות את הלקוחות שלהן, לשרת, להציע, להסביר, להראות ולצ'פר. האתגר הוא לתת שירות בלי להיות מנוצלים על ידי הלקוח ולהציב את הגבולות בהתאם למחיר: יש מחיר גם למוצר פרימיום, למוצר גולד, למוצר אקסטר. במחיר הולם יקבלו את השירות הנוסף המתבקש והלקוח יחליט אם הדבר משתלם לו. הגדלת מספר הלקוחות על ידי מתן שירות מרצה שמנצל את בעל העסק פוגע אנושות ברווחיות ומביא עסקים לידי פשיטת רגל.

עם זאת, עלינו להיות קשובים לבקשות של הלקוחות שלנו. כשנכנסתי פעם ללובי של בית חולים מסוים, ראיתי מול עיניי עמדה שבה ישבו פקידים ושלט גדול על העמדה 'כאן לא מודיעין' - וחץ אל עמדת המודיעין. אמרתי לעצמי: "היי! אם כל מי שנכנס פונה אליכם בשאלות ובריורים, תבינו: זה המקום שבו המודיעין צריך להיות!! במקום לשים שלט ולתקן את הלקוחות, תשנו את המיקום ושימו כאן את המודיעין! כולם ירוויחו!!" אם לקוחות מבקשים ממך שירות, מוצר או טרנד - זה האות בשבילך לצמוח. השוק זז, גם העסק שלך, עם הלקוחות, גדל ומתקדם.

הנה דרך פשוטה להצמיח את העסק שלך: להביא לקוחות חדשים! להגדיל את מאגר הלקוחות, להפוך לקוחות מזדמנים ללקוחות נאמנים ולשמר אותם לתמיד **החדשות הרעות**: אין דבר כזה לקוחות נאמנים, וכל מי שרכשה עסק ושילמה על בסיס הלקוחות הקיים - חוותה את ניפוץ האשליה בגדול.

נעים להכיר: הלקוחות שלך

ייתכן שאת מוכרת היום לאנשים שאינך רוצה למכור להם. מורה פרטית לשיעורי אנגלית עשויה לגלות שהיא מלמדת תלמידות במקום נשים ששואפות לקידום תעסוקתן. לקוחות רציניים, מוכנות לשלם יותר ומתמידות. מאמנת כושר מעדיפה לבחור את הלקוחות הכי זקוקים - הם משקיעים את הנדרש כדי להגיע לתוצאות. אדריכלית מעדיפה לקוחות עסקיים על פני לקוחות פרטיים או בנייה על מגרש על פני שיפוץ בית ותוספות. בחירת הלקוחות שלך היא הבחירה שמשפיעה יותר מכל הסיפוק שלך בעבודה ועל ההכנסות שלך מהעסק. אפשר להגדיל את מספר הלקוחות ואפשר גם להגדיל את ההכנסה מכל לקוח. האם את מציעה ללקוחות שרכשו מוצר כלשהו מוצרים נלווים שמשדרגים את הפעילות של המוצר הנרכש? האם את מציעה ללקוחות תוספת למוצר שהם רוצים לרכוש [מצלמה יותר משוכללת, תוספת של חצובה]? מכירות חוזרות ופנייה ללקוחות - למשל, קוסמטיקאית ששולחת תזכורת כשאריות הקרם אמורה להסתיים - ומזכירה לבוא לקנות, יכולה להפיק מתזכורת כזו מאות שקלים, וגם שירות ללקוחה מעריכה ומרוצה שלא נתקעת ללא קרם לחות והגנה בדיוק יום לפני יציאה לטיול.

שירות לקוחות

הישראלים אוהבים לספר איזה שירות קבלו בחו"ל ולהתלונן על כך שבארץ אין דברים כאלה. המציאות היא שבעלות עסקים

מילון עסקי:

שיווק - מיתוג - פרסום - יח"צ

כדי לחדור לתודעת הצרכנים, אתה צריך ליחצן את עצמך. כדי שידעו מה את מוכרת את צריכה לשווק את עצמך. אם יש לך מבצע - **תפרסמי**, אחרת מי ידע? בלי מיתוג את נראית כמו כל אחד אחר שלמד חצי ממך! מה אני צריכה באמת לעסק שלי? **שיווק? פרסום? יח"צ? או מיתוג?** זה הכל אותו דבר? לא, אלו הם שירותים שונים וייתכן שהעסק שלך צריך את הכל, אבל בואי נעשה סדר: **שיווק** הוא מציאת ערוץ אל הלקוחות שלך, אחרי שהגדרת מי הם ומה הם צריכים ומה כואב להם וכיצד המוצר או השירות שלך פותרים להם את הבעיה שלהם.

אחרי שמצאת את ערוץ הקשר אל הלקוחות את רוצה לפעול בערוץ הזה - את **מפרסמת** בערוץ הזה את השירות, כותבת בצורה ישירה וברורה ומשתמשת בהנעה לפעולה ובדחף שיגרום ללקוח לסגור את העסקה עכשיו.

כדי לבלוט וכדי להיזכר בתודעת הלקוח את נעזרת ב**מיתוג** ויזואלי - אבל חשוב יותר: דואגת שכל המגעים של הלקוח עם העסק, ממשק הקשרים שלו איתך, יעבירו גם הם את המסרים המיתוגיים שלך ואת הערך שהעסק שלך נותן ללקוח, מעל ומעבר לשירות או למוצר המובן מאיליו. כתמיכה לפרסומות וכתוספת כדאי לך להוסיף **יח"צ** - להופיע בראיונות מקצועיים, בידיעות חדשותיות שמספרות על עשייה מיוחדת בעסק שלך - מידע אינפורמטיבי מהסוג הזה חודר בקלות אל לב הלקוחות כי הוא אינו פרסומי בסגנונו ובאופיו וממתג אותך כמומחית בתחומך. מה מכל זה העסק שלך עושה כבר? במה את רוצה להוסיף?

כתבי לנו למייל osoteselek@mishpacha.com ונשמח לענות!

בינתיים עני על השאלות הללו וכתבי לנו למייל:

osoteselek@mishpacha.com תשובות. כל תשובה תיענה במקצועיות - תקבלי טיפים, הכוונה לעסק שלך, המלצות ורעיונות. מאת קדר מומחיות בהאב ירושלים

סודיות מבטחת

בחני את בחירת הלקוחות שלך ועני על השאלות הבאות:

- מה את הכי אוהבת לעשות בעסק שלך? בעסק שלך אפשר לעבוד עם ילדים או עם מבוגרים, עם פרטיים או עם עסקיים, עם חברות ענק או עם עמותת, דרך סדנאות או בטיפול פרטני, עם ישראלים או עם חוצניקים. מה את הכי אוהבת?
- מה מספר הלקוחות הללו שקיימים בשוק הזמין לך? אלף? מאה אלף? מיליון? אם המספר קטן, ייתכן שאין לעסק שלך פוטנציאל גדול כל כך...
- איזה סוג לקוחות יהיה מוכן לשלם הכי הרבה על השירות שאת נותנת?
- רמז: אלו הלקוחות שהשירות שלך מציל את חייהם [או כמעט] והם מפיקים תועלת רבה ביותר בכמה תחומי חיים ממה שאת מוכרת.
- איזה שירות תוכלי להוסיף או לשדרג כדי להגיע ללקוחות אלו? נתינת ערך היא הדרך להגיע ללקוחות הטובים הללו.
- אם עדיין לא גילית מי הלקוחות המועדפים עלייך, וגם אם כן, ספרי לנו!