

هشت روش کلیدی برای تشکر از مشتریان

فروشنده‌گان خوب همواره در تلاش‌اند تا حد امکان در چشم و ذهن مشتریان باشند اما وقتی فکرش را که می‌کنیم می‌بینیم مشتریان حاضر و مشتریان احتمالی ما فرصت‌های بسیاری در اختیار ما می‌گذارند تا به طور مثبت و غیرتهاجمی در ذهن و یاد آن‌ها باقی بمانیم با این حال، این فرصت‌ها اغلب نادیده گرفته می‌شوند، تنها به این دلیل که ما از ارسال یک نامه تشکر به آن‌ها غفلت می‌کنیم. الان وقت جبران است. در اینجا هشت فرصت برای ارسال "تشکر"، به همراه زمان و نحوه انجام مؤثر این کار مطرح می‌شود.

هنگامی که مشتریان همیشه تمام فعالیت‌شان را با شما انجام می‌دهند. یک نامه کوتاه و اختصاصی "متشکرم" روی یک کارت جذاب و گیرا، سربرگ‌دار، یا حتی یک کارت پستال با این عنوان "من از فعالیت شما قدردانم، متشکرم" بنویسید. نمی‌توان خیلی زیاد به یک نفر ابراز تشکر کرد. همه ما قدردانیم از این که مردم لطف می‌کنند تا ما احساس مهم بودن و تشخیص بکنیم.

هنگامی که مشتریان از شما تعریف می‌کنند. وقتی مشتری در مورد چیزی از شما تعریف می‌کند، فرصتی است برای نوشتن یک نامه کوتاه سپاسگزاری، با این مضمون، "از اینکه وقت گذاشتید تا روز من را دگرگون کنید سپاسگزارم. از این کارتان قدردانی می‌کنم". تعریف کمتر صورت می‌گیرد، به همین خاطر وقتی از شما تعریفی شد پیشقدم شوید تشکر کنید.

هنگامی که مشتریان چیزی را که شما توصیه کرده‌اید امتحان می‌کنند. وقتی مشتریان چیز جدیدی را صرفاً بر پایه پیشنهاد شما می‌خرند، از "منطقه آسایش" خود خارج می‌شوند. آن‌ها به شما و محصول‌تان اعتماد می‌کنند. این، نامه خاصی را با این مضمون می‌طلبد، "از اعتمادتان به خودم سپاسگزارم. من ارزش کارتان را می‌دانم".

هنگامی که مشتریان شما را توصیه می‌کنند. این بهترین شکل از تبلیغی است که تاکنون از شما شده است. بسیار آسان است که وقت بگذاریم و نزد هوادارمان برویم و بگوییم، "از معرفی من به ----- سپاسگزارم. من شما را در جریان امور قرار خواهم داد. برای من بسیار ارزشمند است که دانستم شما تمایل دارید من را توصیه کنید. من قدردانم" این نوع تشکر ممکن است همچنین همراه با یک هدیه کوچک باشد.

هنگامی که مشتریان نظر یا پیشنهادی می‌دهند. وقتی مشتریان‌تان نظر یا پیشنهادی را مطرح می‌کنند موهبت بزرگی است تا شما کاری را بهتر یا به شکل دیگری انجام دهید. در ضمن آن‌ها برای یک خرید باورنکردنی علامت می‌دهند. آن‌ها شاید در واقع دارند می‌گویند، "اگر شما این تغییر را اعمال کنید، محصول یا خدمات شما برای من جذاب‌تر خواهد بود". نحوه شروع نامه در این‌جا چنین می‌تواند باشد: "از نظر و پیشنهادتان در خصوص این که چگونه می‌توانم بهتر در خدمت‌تان باشم سپاسگزارم. وظیفه خودم می‌دانم دقیقاً همین کار را بکنم. و وقتی شما اطلاعات در اختیار من می‌گذارید، کار من آسان‌تر و بسیار لذت‌بخش‌تر است".

هنگامی که مشتریان صبور اند، یا نه بسیار صبور. مشتریان وقتی برای ما وقت می‌گذارند تا نحوه ارائه بهترین نوع خدمت به آن‌ها را به ما یاد بدهند به ما کمک می‌کند. به طور معمول این امر مستلزم شکیبایی آن‌ها است. از سوی دیگر، وقتی آن‌ها از ما می‌خواهند عجله کنیم، یک "زنگ بیدار باش" برای ما می‌زنند. وقتی این اتفاق می‌افتد در واقع آن‌ها دارند می‌گویند، "هی، من به یادت مانده‌ام؟ مرا یادت باشد، وگرنه رقبا من را با خودشان می‌برند". در هر صورت، یک برگه نامه بردارید و بگذارید آن‌ها بدانند که چه قدر آن‌ها برای شما مهم هستند. شاید بتوانید بگویید، "از این که من را خبردار نگه داشته‌اید سپاسگزارم. متوجه هستم که چگونه شما برای انجام کسب و کار خودتان به من کمک می‌کنید".

هنگامی که مشتریان لبخند بر لب شما می‌آورند. من مشتری دارم که دایم برایم لطیفه و جوک ایمیل می‌کند. یکی دیگر تلفن می‌زند خبرهای خوب به من می‌دهد. در هر صورت این کار لبخند بر لب من می‌آورد و من می‌خواهم مشتریان بدانند که آن‌ها کاری کرده‌اند که من احساس خوبی داشته باشم. من نامه‌ای با یکی از صورتک‌های خندان برای آن‌ها می‌فرستم. این روش نیز همیشه مورد توجه است و به یاد می‌ماند.

هنگامی که مشتریان می‌گویند، "نه، این بار، شما فقط یک کمی کنار گذاشته می‌شوید و مشتریان کارشان را به شما واگذار نمی‌کنند. این هنوز فرصتی است تا یک نامه کوتاه بنویسید. از آن‌ها به خاطر وقت گذاشتن، توجه و صداقت‌شان تشکر کنید. با رعایت دوستی و ادب درها را همچنان باز نگه دارید. پژوهشی نشان می‌دهد نزدیک به ۲۰٪ کسب و کار از همان مشتریانی است که اول گفته بودند نه. آن‌ها نامه‌هایی که شما برای‌شان می‌فرستید یادشان می‌ماند و این موجب می‌شود متفاوت باشید. حتی مشتریانی که نمی‌توانند خودشان از خدمات شما استفاده کنند ترغیب می‌شوند شما را به دیگران که به دردشان می‌خورد توصیه کنند.