

Unapredite odnose sa kupcima – I deo

Graditi i održavati dobre odnose sa kupcima važno je otkad postoje marketing i prodaja, a u današnje digitalno doba lakše je nego ikad. Važno je, naravno, posvetiti se i pronalaženju novih kupaca, ali oni koji vam se vraćaju su nešto čemu treba posvetiti pažnju.

Zadovoljni i lojalni kupci su najbolja marketinška kampanja, jer će oni svoja pozitivna iskustva sa vašim proizvodima ili uslugama prenositi svojim socijalnim kontaktima. Osim toga, važno je na umu imati i **80/20 pravilo**, koje kaže da 80 odsto prihoda preduzetnika dolazi od 20 odsto kupaca.

Kada pronađete svojih zlatnih 20 odsto, vi i vaš tim bi trebalo da se pridržavate nekoliko pravila kako bi se odnos sa lojalnim kupcima izgradio i održao, na obostrano zadovoljstvo.

1. Ljubaznost nema cenu...

Prvo i najvažnije pravilo je ono što su nas učili kod kuće i u školi, a to je da budemo ljubazni i da druge tretiramo sa poštovanjem i saosećanjem.

I u prodaji važi isto pravilo: tretirajte svoje kupce na onaj način na koji želite da vas tretiraju kao kupca. Pre nego što ste postali preduzetnik, a i sada, i vi ste kupac mnogim drugim firmama. Već imate prilično dobru ideju o tome kako bi trebalo tretirati kupca tako da on bude zadovoljan, to jest koja su njegova očekivanja i šta mu je važno. Razlozi zašto ste vi za nekoga lojalan kupac su vam poznati, samo je potrebno da ih se priselite.

Sada kad imate iskustvo kao preduzetnik zapravo imate i potpuniju sliku, to jest obe perspektive. Vi i vaš tim ste najbolji resursi za izgradnju pozitivnog iskustva kod kupaca,

a ono treba da započne ljubaznim, korektnim i odnosom kakav biste vi, kao kupac, očekivali i vrednovali.

2. ...kao ni komunikacija!

Komunikacija sa kupcima je još jedna stvar koja ne bi trebalo da se odvija stihijski, već poštujući osnovne vrednosti vašeg poslovanja. Lojalni kupci će umeti da cene komunikaciju sa vama, pošto na taj način mogu znati da vrednujete njihovo mišljenje.

Komunikacija može biti formalna ili neformalna, a važna je zato što predstavlja jedino sredstvo da se obratite svojim kupcima i da od njih, zauzvrat, dobijete informacije koje mogu pomoći u unapređivanju njihovog iskustva i, posledično, vašeg poslovanja. U nastavku ćemo opisati kakva ta komunikacija može biti.

3. Pružite im informacije

Kada nešto negde kupujete, očekujete da na tom mestu postoje sve informacije koje su vam potrebne u vezi traženog proizvoda/usluge, zar ne? Isto je i sa vašim kupcima. Vi imate znanje o onome što prodajete i nemojte ga uskraćivati kupcima. Što imaju više informacija, to se lakše može izgraditi odnos poverenja.

Postoji mnogo načina na koji možete deliti svoje znanje i iskustvo sa kupcima: putem bloga, društvenih mreža ili newslettera, baveći se temama koje su privlačne vašoj ciljnoj grupi. Na primer, ako imate cvečaru, možete pisati o tome kad cveta koja vrsta cveća.

4. Otvoreno pričajte o novcu

Kupcima je informacija o ceni važna, i zato nema nikakve svrhe da je skrivate ili izbegavate da o njoj govorite. I za vas je to važna tema, pa je zato bolje njom se baviti na otvoren i

iskren način.

U poslednje vreme pojavio se trend takozvane „radikalne transparentnosti“, koju sprovodi mnoštvo kompanija kao deo marketinških strategija. Ona predstavlja odluku da se sa javnoću dele poslovni podaci i zaključci i, jednom rečju, sve ono što se inače ne deli.

Za uslove u kom se odvija poslovanje u našoj zemlji, ovaj trend je verovatno još uvek prilično daleko, ali saopštavati kupcima cenu onoga što im se nudi da kupe je mali, ali značajan korak u pravcu podizanja transparentnosti i izgradnje boljeg odnosa sa kupcima.