

Güçlü İlişkiler

Uzun süreli ilişkiler kurmak
daha fazla iş yapmanıza nasıl
yardımcı olabilir?



Küçük bir işletme olduğunuzda, büyük adamlara göre belirgin bir avantajınız vardır: müşteri ilişkileri.

Mağazada bir müşteriyle her konuştuğunuzda, sorusu olan birine e-posta gönderdiğinizde veya telefona cevap verdiğinizde bir ilişki kuruyorsunuz. Müşterilerinizin çoğunun adını ve nelerden hoşlandıklarını – ki bunu müşteriler çok sever- biliyor olma ihtimaliniz yüksektir. Hatta onların kişisel yaşamları hakkında da biraz bilgi sahibi olabilirsiniz.

Daha büyük şirketlerin aynı ilişkiyi kurması neredeyse imkansızdır.

Gerçekten iyi bir haber mi istiyorsunuz?

İşiniz başarısı için bu kadar önemli olan ilişkileri geliştirmek hiç bu kadar kolay olmamıştı. E-posta ve sosyal medya gibi değerli kanallarla, akılda kalabilir ve hedef kitlenizle her zamankinden daha fazla bağlantı kurabilirsiniz. Sonuç olarak, işinizi büyütmenize yardımcı olabilecek insanlarla güven ve yakınlık kurabileceksiniz.

Bu kılavuzda ele alacağız

İlişkileri Avantajınıza Kullanmak

s. 3

Ağızdan Ağıza İletişimin Evrimi

sayfa 5

E-posta İlişkilerinin Gücü

s. 6

En İyi Müşterilerinize Neden Pazarlama Yapmalısınız?

Sayfa 8

İlişkileri

Avantaja Çevirmek



Büyük adamlar tüketicilerle yerel düzeyde etkileşim kurmak için ellerinden geleni yaparken, çok az büyük marka, müşterileriyle aynı toplulukta yaşayan ve çalışan işletme sahiplerinin ortaya koyduğu deneyime ulaşabilir.

Bunun nedenine daha yakından bakalım:

1. İşletmenizin bir kişiliği vardır.

Kişiliğinizi işinize dahil ettiğinizde, bu sizi rekabetten ayırır ve insanlara, sizinle bağlantı kurma fırsatı verir.

İnsanlar tanıdıkları, sevdikleri ve güvendikleri kişilerle iş yapmaktan hoşlanırlar. İnsanları ilk etapta küçük işletmelere dönmeye zorlayan şey budur.

Elbette kolaylık ve fiyatlar satın alma kararlarını etkileyen faktörlerdir ancak harika bir deneyimin de karar verici bir faktör olduğunu unutmayın.

Kendinize Sorun

- Tüm temas noktalarında işimin kişiliğini nasıl gösterebilirim?
- Müşterilerime unutulmaz bir deneyim yaşatmak için kişiliğimi nasıl kullanabilirim?

2. Müşterilerinizi tanıyorsunuz.

Müşterilerinizi büyük işletmelerin bilmediği bir şekilde tanıyorsunuz. Birisi size tweet atarsa, onun kim olduğunu biliyor olabilirsiniz. Eğer mağazayı ararlarsa muhtemelen isimlerini biliyorsunuzdur.

Müşterileriniz ister çevrimiçi ister yüz yüze olsun, sizinle olan etkileşimlerini hatırlayacak.

Eğer bu iyi bir etkileşimse bunu arkadaşlarına anlatırlar ve geri gelmeye devam ederler.

Kendinize Sorun

- Müşterilerime bireysel ihtiyaçlarına uygun önerileri nasıl sunabilirim?
- Müşterilerimin beğeneceğini bildiğim ne tür indirimler ve fırsatlar sunabilirim?
- Zaten tanıdığım müşterilerin geri gelmelerini ve benzer ilgi alanlarına sahip kişileri mağazama getirmelerini sağlayacak şekilde işimi nasıl pazarlayabilirim?



3. Uzun süreli ilişkiler kurabilirsiniz.

Müşterilerinizin çoğu, işinizi gerçekten sevdikleri için size geliyor. Ve ne kadar çok geri dönerlerse, en sadık müşterileriniz olma olasılıkları da o kadar artar.

İşletmenizin gelişmesini sağlamaktan siz sorumlusunuz. Uzun süreli ilişkilere sahip olmak bu büyümenin en önemli parçası olabilir.

Küçük işletmeler, ilk etapta ilişki kurmanın sürekli ve sadık müşterilere açılan kapının anahtarı olduğunu biliyor. Müşterilerinizi tanırırsınız ve onlar da işinize kişisel olarak yatırım yaparlar.

Kendinize Sorun

- Müşterilerimle ilişkilerimin devamlı olacağından nasıl emin olabilirim?
- Geri gelmeye devam eden müşterileri ödüllendirmek için ne yapmalıyım?
- Benzer ilişkiler kurmaya nasıl devam edebilirim?

Sonraki adımlar...

Müşterilerinizle zaten harika ilişkiler kurmuş olmanız ihtimali yüksektir.

Bu ilişkilere odaklanmaya devam edin. Mevcut müşterilerinizin yeni işiniz için en iyi kaynağınız olduğunu göreceksiniz, çünkü onlar işinizi sizin için ağızdan ağıza pazarlamaya başlarlar.

Elbette sosyal medya ve mobil cihazlar sayesinde ağızdan ağıza iletişimin son on yılda hızla değiştiğini fark etmişsinizdir.

Bir sonraki bölümde ağızdan ağıza iletişimin evriminin küçük işletmelerin bir sonraki büyük müşterilerine ulaşmalarına nasıl yardımcı olduğunu daha yakından inceleyeceğiz

Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Evrimi

Küçük işletmelerle konuştuğumuzda çoğu kişi, yeni müşterilerinin yaklaşık yüzde 90'ının yönlendirmelerden geldiğini tahmin ediyor. Ağızdan ağıza iletişim her zaman işe yaradı ve hâlâ da işe yarıyor.

Ancak değişen şey artık ağlarımızdan nasıl bilgi talep ettiğimizdir.

Elbette, hala arkadaşlarımızdan, ailemizden ve iş arkadaşlarımızdan ürünler ve iş yerleri için geri bildirimlerini istiyoruz. Ve biz de onlarla, olan deneyimlerimiz paylaşıyoruz. Aradaki fark şu ki, artık bunu yapmak için sıklıkla teknolojiyi kullanıyoruz.

Bu, insanlar işletmeniz hakkında konuştuğunda tartışmanın artık özel yüz yüze etkileşimlerle sınırlı olmadığı anlamına gelir. Sosyal medyanın yaygın kullanımı nedeniyle günümüzde bu tartışmalar artık sıklıkla kamuya açık hale geldi.

Müşterilerinizin artık bunu yapabilecek bir sesi var ve seslerini yakın arkadaşlarından ve ailelerinden oluşan yakın çevrelerinin ötesinde duyulabilirler.

Daha fazla iş yapmanıza yardımcı olmak için "ses" ten nasıl yararlanılır?

Sosyal medyanın megafonunun da eklenmesiyle çok daha az çabayla çok daha iyi sonuçlar elde edebilirsiniz. Çünkü sosyal medya farklı müşteri etkileşimi düzeyine imkân sağlıyor; bu, müşteri konuşmalarını teşvik etmek- olumlu sözler, onaylar ve "beğeniler"- ve müşterilerinizi ödüllendirmek için kullanabileceğiniz bir seviyedir. Ayrıca, zaten tanıdığınız kişilerle (mevcut müşterileriniz, bağışçılarınız veya üyeleriniz) etkileşime geçmek daha kolay, daha ucuz ve çok daha eğlencelidir.

Müşterilerinizi etkileşime geçirerek onları pazarlama ekibinizin bir parçası haline getirirsiniz.

Bu görünür etkileşim ve olumlu iştirakler size yarının müşterilerini getirecektir.

Mevcut müşterileriniz ve hayranlarınız yalnızca başkalarının işletmenizi nasıl algıladığını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda başkalarının sizinle iş yapmasını sağlamak için ihtiyaç duyduğunuz güveni oluşturmanıza da yardımcı olurlar.

Etkileşim, ağızdan ağıza iletişimin daha da fazlasını sağlar.

Etkileşim kurarak mevcut ilişkilerinizi derinleştirirken başkalarının da sizden satın almaya hazır olmadan sizi tanımalarına, sevmesine ve güvenmesine olanak tanırırsınız. Etkileşim aynı zamanda sizi tavsiye edebilecek ve/veya hizmetlerinize ihtiyaç duyabilecek kişilerin akıllarında kalmanıza da olanak tanır.

Sonraki adımlar...

Bir sonraki bölümde, e-postayla pazarlama ilişkilerinizi karışma ekleyerek ağızdan ağıza yönlendirmeleri nasıl geliştirebileceğinize daha derinlemesine bakacağız.

E-postanın Gücü

İlişkiler



Birçok çevrimiçi ilişki sosyal medyada başlar.

Bu siteler, bağlantılarınızla etkileşime geçtiğinizde ortaya çıkan sosyal ağızdan ağıza iletişim nedeniyle harikadır. Ancak bu ağların doğası gereği, güncellemelerinizi kimin göreceği ve hatta bu kişilerin onları ne zaman göreceği konusunda fazla bir kontrolünüz yoktur. Bu bağlantıların mutlaka size ait olması gerekmediğinden bahsetmiyoruz bile. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter ve diğer ağlar, bağlanma yeteneğinizi etkileyen değişiklikler yapabilir.

Bu nedenle her zaman bu sosyal bağlantıları e-posta kişi listenize taşımayı düşünmelisiniz.

E-posta kişileri haline gelmek için sosyal bağlantıları teşvik edin.

Çoğu durumda, bir e-posta adresi karşılığında web sitenizde bir tür ücretsiz kaynak sunmak isteyeceksiniz. Bu özel bir rapor, bir rehber, perde arkası bilgiler veya e-posta abonelerine yönelik bir tür özel indirim olabilir.

E-posta abonelerinize anında değer katacak bir şey seçin.

Ve onları uzun vadede listenizde tutmak için, onları meşgul edecek bilgileri tutarlı bir şekilde nasıl sunabileceğinizi düşünün.

Kişilerinizin kendilerini özel hissetmelerini sağlayın.

Muhtemelen, yüz yüze olduğunuzda müşterilerinize zaten harika bir deneyim sunuyorsunuz. E-postanın bu deneyimi genişletmesine izin verin.

Birisi abone olmak için bu adımı attığında, "Seni daha iyi tanımak isterim" diyor. Sizi gelen kutularına davet ettiler.

Ürün ve hizmetlerinizi sürekli tanıtarak bu ilişkiyi kötüye kullanmak istemezsiniz.

Ne tür bir teklifin insanları listenize katılmaya teşvik edeceğinden emin değilseniz tavsiye almak için en iyi müşterilerinize ulaşmayı düşünün. Listenize neden katıldılar? Müşteri olmanın en sevdikleri yanı nedir?



Etkileyici bir bülten oluşturun.

Abonelerinizin başka hiçbir yerde ulaşamayacağı içeriğe sahip bir bülten oluşturun. Bu bilgilerin ne olduğu tamamen sektörünüze, şirketinizin hedeflerine ve okuyucularınızı neyin harekete geçireceğine bağlıdır. Sektörünüzle ilgili etkileyici içerik oluşturma kuralı, oluşturduğunuz içeriğin okuyucularınız için ilginç, yararlı veya eğlenceli olmasıdır. Tanıtacak hiçbir şeyiniz olmasa bile kendi başına ayakta kalabilecek şeyler.

Uzun vadede daha güçlü bağlantılar kuracaksınız.

Bu bağlantıların faydaları şunlar olabilir: birçok biçimde olası iş birlikleri, yeni fırsatlar, daha fazla görünürlük ve işletmenizin etkileşim kurabileceği daha geniş bir hedef kitle.

Etkili e-posta ilişkileri, birisini listenize eklemeyen önce izin almakla başlar. İnsanlara katılma şansı vererek, daha fazla kişinin gönderdiğiniz mesajları açmasını, etkileşime geçmesini ve bunlara göre hareket etmesini sağlarsınız.

E-postayla pazarlama ilişkilerinin gücünü hafife almayın.

E-posta pazarlaması, mesajınızı ne zaman gönderileceğini ve kimin alacağını kontrol etmenize olanak tanır.

Aboneler, kendileriyle iletişim kurmanıza izin verme konusunda etkin bir karar vermiştir; bu, sunduklarınızla ilgilendikleri anlamına gelir.

Hem e-posta pazarlamasını hem de sosyal medya pazarlamasını birleştiren bir strateji benimseyerek, müşteri ilişkilerinizi güçlendirmek ve bu ilişkileri bir sonraki büyük müşteriye ulaşmak için kullanmak için daha fazla fırsata sahip olacaksınız.

Sonraki adımlar...

Bir sonraki bölümde, bu değerli kanalların herbirinin ilişki kurma gücünden yararlanmaya yardımcı olacak yeni bir strateji tanıtacağız.

Neden En İyi Müşterilerinize Pazarlama Yapmalısınız?



Önce en iyi müşterilerinize odaklanma fikri, küçük işletmelerin işlerini pazarlamaya gelince genellikle duydukları bir mesaj değildir. Sonuçta her şey yeni müşterilerle ilgili, değil mi? Zira, yeni müşterileri ve insanların işletmenizi nasıl bulduğunu düşündüğünüzde, bunların çoğunun size, sizi ve sunduğunuz hizmetin türünü zaten tanıyan kişiler aracılığıyla gelmediğini görürsünüz. İstisnalar olsa da küçük işletmelerin büyük çoğunluğu, kendilerini yeni müşterilere tanıtmak için mevcut müşterilerine güvenmektedir.

En iyi müşterilerinizi nasıl belirleyebilirsiniz?

En iyi müşterilerinizin kim olduğunu anlamak zor olmasa gerek. Sonuçta siz ve personeliniz her gün bu insanlarla etkileşim halindesiniz. Muhtemelen aklınızda zaten bir müşteri listesi var.

Ayrıca en büyük hayranlarınızı tanımlamanızı kolaylaştıracak araçları da kullanabilirsiniz.

Geçmiş yıllarda pazarlama ve reklamcılık, içeriğinizi kimin gördüğünü ve yanıt verdiğini takip etmenize izin vermezken, e-posta pazarlaması ve sosyal medya gibi araçlar bunu hızlı ve kolay bir şekilde yapmanızı sağladı.

E-postalarınızı gerçekte kim okuyor?

Açılışlar ve tıklamalar gibi ölçümler, en iyi müşterilerinizi belirleme konusunda çok yardımcı olabilir.

%40 açılma oranınız mı var? Harika!

Şimdi, kim bu insanlar? Listenize ne zaman katıldılar? E-postalarınızı ne sıklıkla açıyorlar?

Aynısını tıklama istatistiklerinizle de yapabilirsiniz.

Bağlantılarınıza gerçekte kim tıklıyor? Bu kişiler en sık hangi tür bağlantılara tıklamayı tercih ediyor?

En aktif hayranlarınız kimler?

Günümüzde tüketicilerin markalarla çevrimiçi etkileşim kurmasının her zamankinden daha fazla yolu var. İster Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram veya Pinterest olsun; en sosyal müşterileriniz aynı zamanda en iyi müşterileriniz de olabilir. En sadık müşterilerinizin çoğunun halihazırda kullanıyor olabileceği check-in'ler, öneriler ve çevrimiçi incelemeler gibi sosyal işlevler bile vardır.

En iyi müşterilerinizin kim olduğunu biliyorsunuz. şimdi ne olacak?

En iyi müşterilerinizin kim olduğunu belirledikten sonra onlara kendilerini değerli hissetmelerini sağlayacak bir yol bulun.

İşte bunu yapmanıza yardımcı olacak birkaç basit yaklaşım:

1. Bir sadakat programı oluşturun.

Sadakat programları harikadır çünkü yalnızca en iyi müşterilerinizi tanımanızı sağlamazlar, aynı zamanda kapınızdan giren her müşteriye sizinle tekrar iş yapması için teşvik ederler. Oluşturduğunuz programın türü tamamen yürüttüğünüz için türüne bağlıdır.

2. Müşterileri özel iğerikle ödüllendirin.

İşletmeniz için e-posta pazarlamasını kullanıyorsanız, en sadık savunucularınızla doğrudan bağlantı kurmak için kullandığınız özel bir liste de oluşturabilirsiniz.

Bir indirim veya etkinlik mi planlıyorsunuz ?
Yeni bir ürün veya hizmet serisi mi piyasaya sürüyorsunuz?
Kişi listenizin tamamını bilgilendirmeden birkaç gün önce özel bir randevu planlayarak önce onları bilgilendiren bir e-posta gönderin.

3. Müşterilerinizi sosyal medyada kutlayın.

En değerli müşterilerinizi sosyal bir paylaşımla tanıyın (elbette yalnızca onların izniyle)!
En değerli müşterilerinizin işletmenizle ilgili deneyimlerini paylaşın ve onlara sosyal ağlarınızda sadık bir müşteri oldukları için herkese açık olarak teşekkür edin.

En iyi müşterilerinizi dinleyin.

Başarılarını kutlamanın yanı sıra, en iyi müşterilerinizin seslerinin duyulduğunu bilmelerini sağlayın. Bunlar işinizi en iyi bilen insanlardır. Onlara geri bildirimlerini paylaşabilecekleri bir yol vermek kendilerini özel hissetmelerini sağlayacaktır bu yüzden müşteri tabanınızı bir bütün olarak daha iyi anlayın.

ęevrimięi bir anket oluşturmayı ve bunu özel bir müşteri listenize göndermeyi düşünün. Bunu, işinizi en iyi bilen kişilere göndererek hem güvenebileceğiniz hem de herhangi bir konuda harekete geğip geğmemeniz gerektiği konusunda güvenilir sonuçlar elde edersiniz.

4. Elle yazılan bir notun değerini unutmayın.

Dijital dünyamızda tuhaf görünebilir, ancak sizi bir arkadaşına tavsiye eden veya Facebook'ta geri bildirimini paylaşan bir müşteriye "teşekkür ederim" yazmak için zaman ayırmanız, geręekte ne tür bir işletme olduğunuzu gösterir.

Unutmayın

En iyi müşterilerinizin çoğu zaten işletmeniz hakkında konuşuyor. İş yerinizde müşterilerinizin yalnızca hatırlayacağı değil aynı zamanda arkadaşlarına da anlatmak isteyeceği bir deneyimsağlamaya odaklanın.

Bir sonraki müşterilerinizi en iyi müşterileriniz aracılığıyla bu şekilde kazanırsınız.



Hepsini bir araya getirin

Özetlemek gerekirse:

Küçük bir işletme olarak müşteri ilişkileri, daha büyük rakiplere göre en büyük avantajınızdır.

Günümüzde küçük işletme sahiplerinin kullanabileceği uygun fiyatlı ve kullanımı kolay çevrimiçi pazarlama seçenekleriyle müşteri ilişkilerini geliştirmek hiç bu kadar kolay olmamıştı.

Bu ilişkileri kurmaya ve işletmenizi zaten bilen, beğenen ve güvenen kişileri ödüllendirmeye odaklanan bir pazarlama stratejisi geliştirerek, kârınızı büyötmek ve değerli yönlendirmeler oluşturmak için daha fazla fırsata sahip olacaksınız.

Bunun ötesinde, kitlenize doğrudan satış yapmak yerine onların ilgisini çekmek için tasarlanmış pazarlama içeriği oluşturarak, sosyal medyada hayranların ve takipçilerin dikkatini çekme ve her ay e-postalarınızı daha fazla kişinin okumasını sağlama olasılığınız artar.

Zaten tanıdığınız kişilerle, yani mevcut müşterilerinizle etkileşim kurmanın daha kolay, daha ucuz ve çok daha eğlenceli olduğunu unutmayın. Verdiğimiz ipuçları ile başlayın ve işinizi büyötmek ve bir sonraki harika müşteriye ulaşma yolunda ilerleyin!



Küçük işletmelerin Fark Yaratmasına Yardımcı oluyoruz .

www.glymedya.com'u ziyaret edin

veya daha fazla bilgi edinmek için 0552 416 82 19'u arayın



GLM MEDYA

Fark yaratmanıza yardımcı oluyoruz.