



دوره



مکس ویرن

در هر لحظه و هر جا
شماره یک باشید



اَللّٰهُمَّ اَخْرِجْنِيْ مِنْ ظُلُمَاتِ الْوَهْمِ وَ اَكْرِمْنِيْ بِنُوْرِ الْفَهْمِ، اَللّٰهُمَّ افْتَحْ عَلَيْنَا اَبْوَابَ رَحْمَتِكَ،
وَ اَنْشُرْ عَلَيْنَا خَزَائِنَ عُلُوْمِكَ بِرَحْمَتِكَ يَا اَرْحَمَ الرَّاحِمِيْنَ

خدایا؛ برونم آر از تاریکی‌های وهم

و گرامیم دار به نور فهم. خدایا بگشا برویم درهای رحمت را و ببار برسرما خزینه‌های

دانشت را به مهرت. ای مهربان‌ترین مهربان

سوالات جلسه نهم

□ چگونه با یک تکنیک چرایی های قوی رو پیدا کنیم؟

□ چگونه رقبای قدر خود را پشت سر بذاریم؟

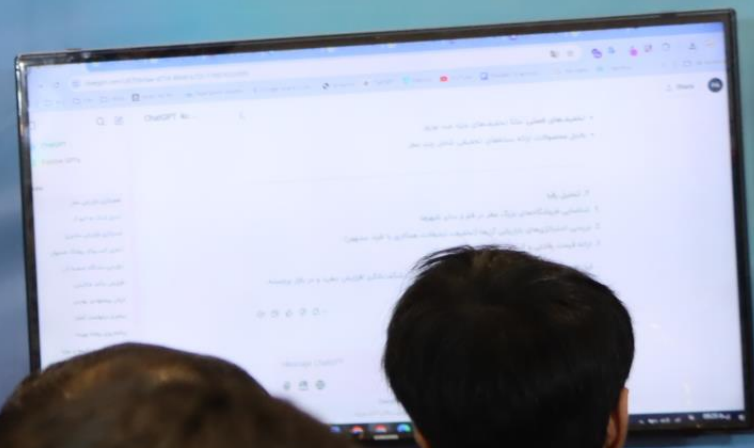
□ اصول ابتدایی ساختن قیف فروش چیست؟

□ از چه راهکارهایی تجربه لذت بخش برای مشتری بسازیم؟

□ ۴ سطح انتظار مشتری چیست؟



اقداماتی که در دو هفته گذشته انجام شد.



امیر

ذهنیت بهتر راجع به دنیا

☐ چرا میخوام چنین کاری کنم؟

☐ اگر نشد چی؟

☐ افرادی که شکست خوردند رو ببینم

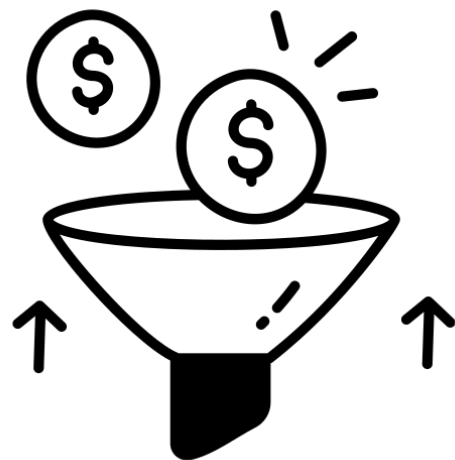
☐ دیگران هم خودتی

☐ در درونم احساس غنی بودن میکنم؟

☐ آیا از نعمت هایی که من دارم برای خدمت استفاده میکنم؟

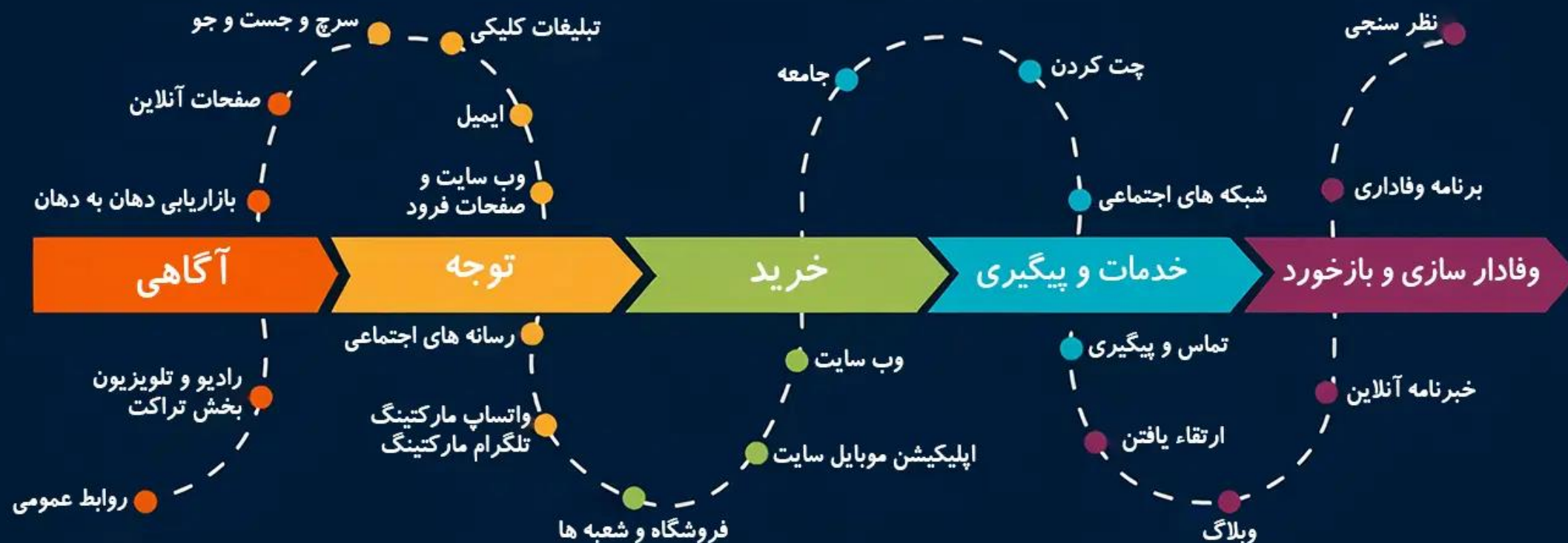
☐ غرهای خودتو به خدا بزن

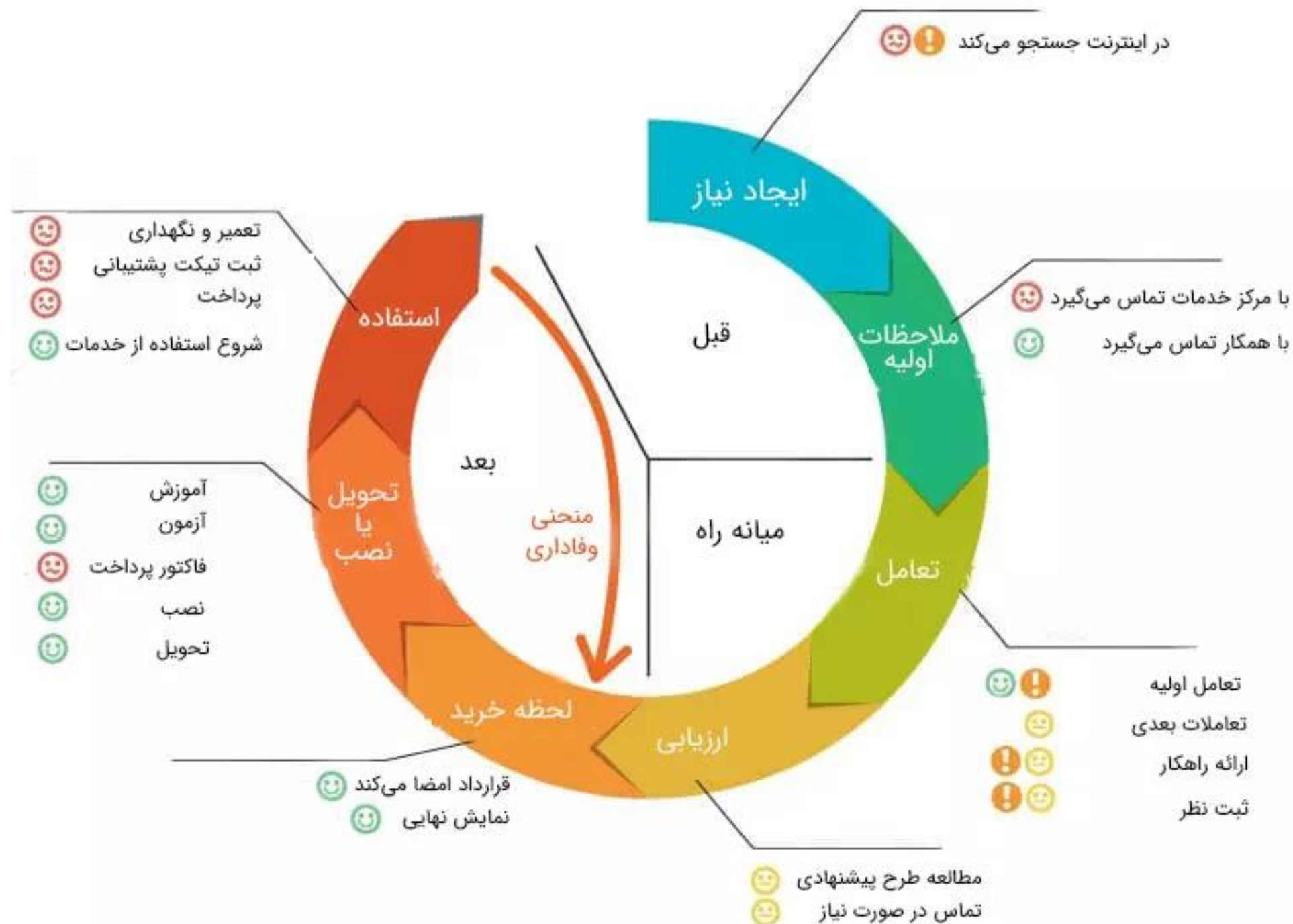


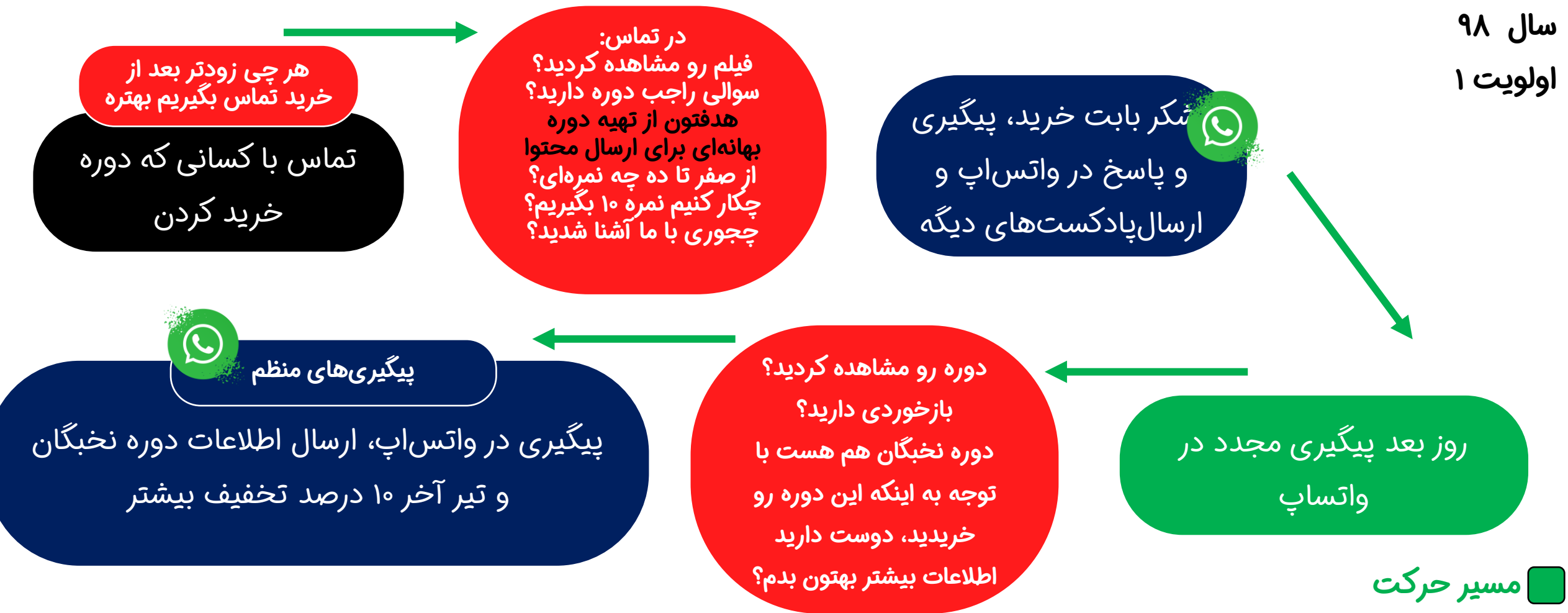


طراحی قیف فروش و تجربه مشتری

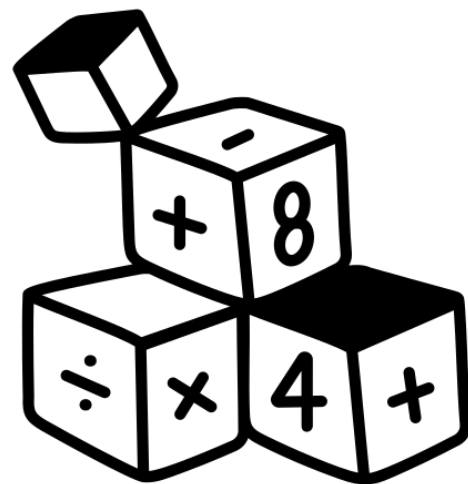
پلن نقشه سفر مشتری





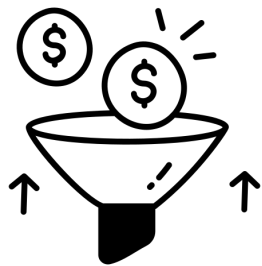


نکته مهم : هر کسی هر خریدی در
سایت داشت، تماس می‌گیریم



فروش بازی با اعداد هست

۱



ورود و آشنایی مشتری

50	50	50	500
----	----	----	-----

۲



تماس تلفنی و مشاوره

25	25	40	350
----	----	----	-----

۳



جلسه حضوری و فاکتور

10	20	30	250
----	----	----	-----

۴



پرداخت نهایی و موفقیت

5	10	15	125
---	----	----	-----

مهم ترین شاخص های عملکرد کلیدی در تجربه مشتری

(۱) Conversion Rate (CR) - نرخ تبدیل

(۲) Customer Satisfaction Score (CSAT) - امتیاز رضایت مشتری

(۳) Net Promoter Score (NPS) - امتیاز خالص ترویج کنندگان

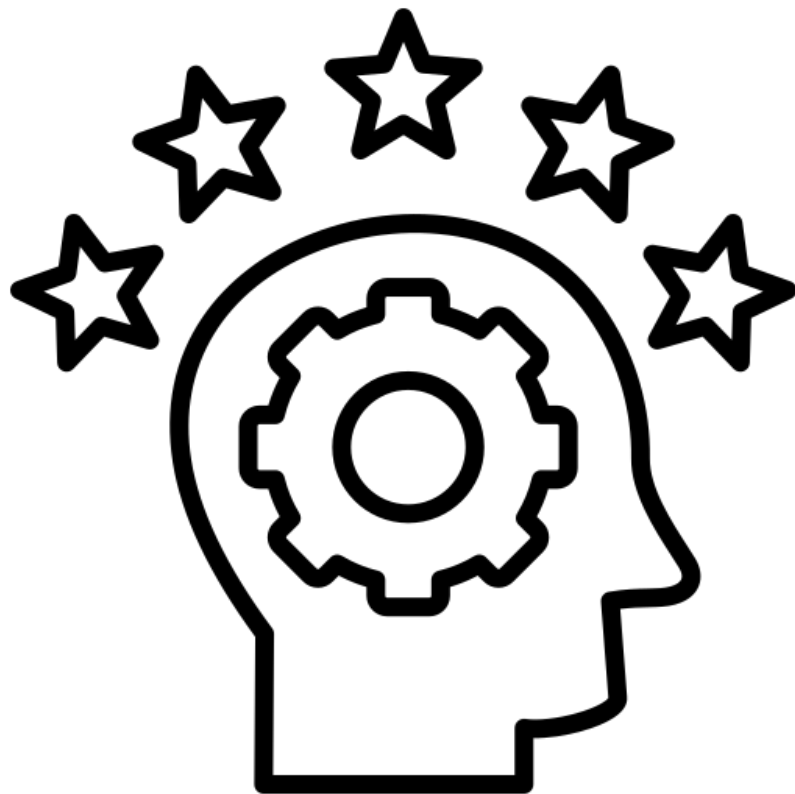
(۴) Churn Rate (CR) - نرخ ریزش

(۵) Return on Investment (ROI) - نرخ بازگشت سرمایه

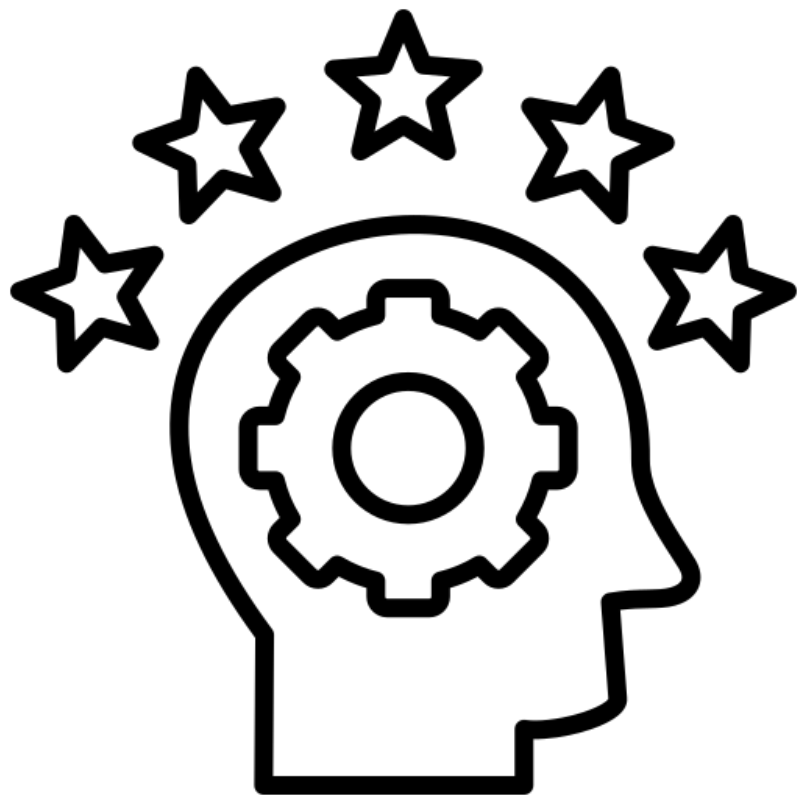
(۶) Click-Through Rate (CTR) - نرخ کلیک

(۷) Engagement Rate (ER) - نرخ تعامل

(۸) Cart Abandonment Rate (CAR) - نرخ سبد خرید رها شده



مهم ترین شاخص های عملکرد کلیدی در تجربه مشتری



۹) Repeat Customer Rate (RCR) - نرخ بازگشت مشتری

۱۰) Customer Retention Rate (CRR) - نرخ حفظ مشتری

۱۱) Bounce Rate (BR) - نرخ پرش

۱۲) Product Adoption Rate (PAR) - نرخ پذیرش محصول

۱۳) Customer Acquisition Cost (CAC) - هزینه جذب مشتری

۱۴) Customer Lifetime Value (CLV) - ارزش طول عمر مشتری

۱۵) First Contact Resolution (FCR) - نرخ حل مشکلات در اولین تماس

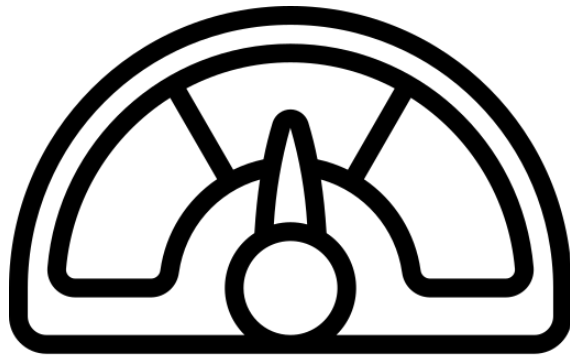
۱۶) Average Order Value (AOV) - میانگین ارزش سفارش

زمانی کسب وکار موفق داریم که همه چیز با عدد محاسبه کنیم!



امتیاز ترویج دهندگان خالص nps

Net Promoter Score

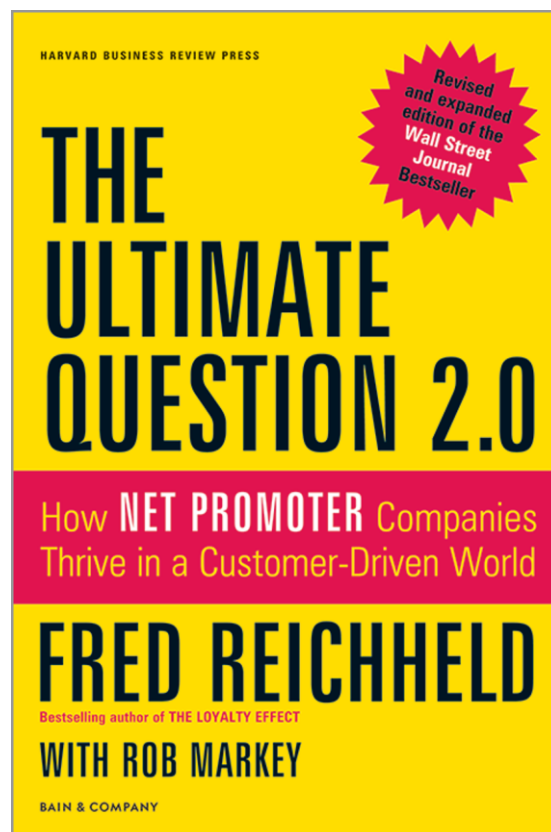


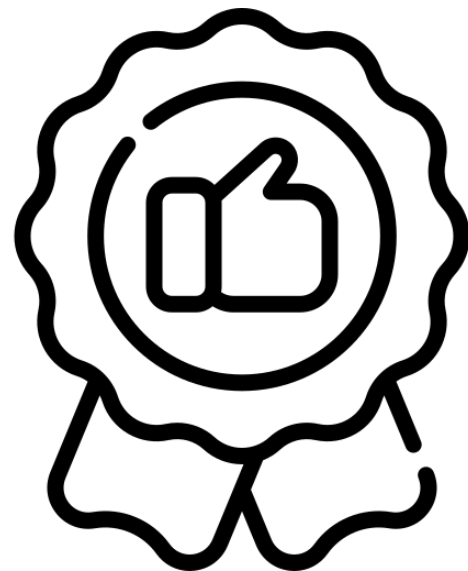
□ ۹-۱۰: ترویج دهندگان (Promoters)

□ ۷-۸: منفعلان (Passives)

□ ۰-۶: منتقدان (Detractors)

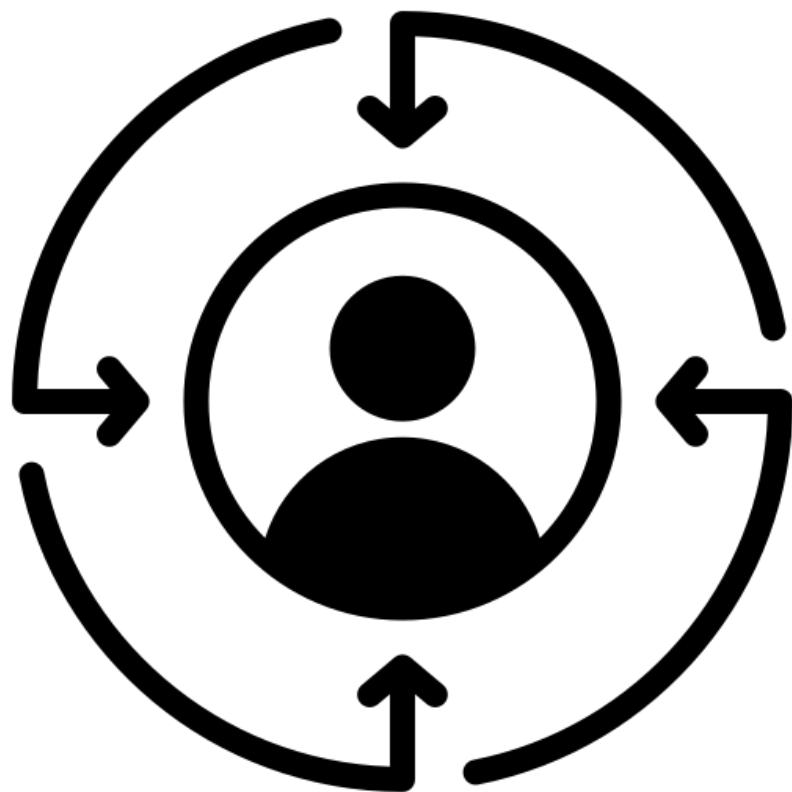
صفر تا ده به ما نمره بدید
با انجام چه کاری میتونیم از شما نمره ۱۰ بگیریم





اگر فقط یک شاخص مهم باشد، تجربه مشتری و توصیه او به دیگران هست؟

ابزارهایی برای سنجش اعداد



crm □

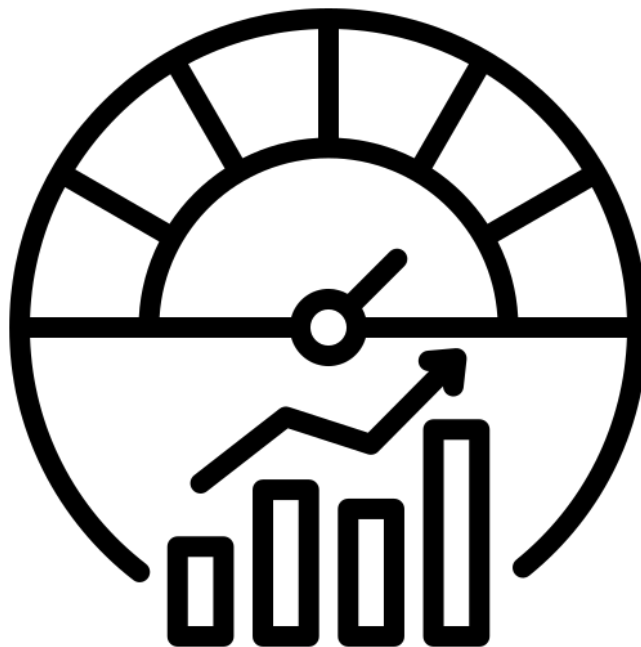
ابزارهای توسعه کسب وکار □

گوگل آنالیتکس □

سرچ کنسول □

پلتفرم های تبلیغاتی □

محاسبات دستی □

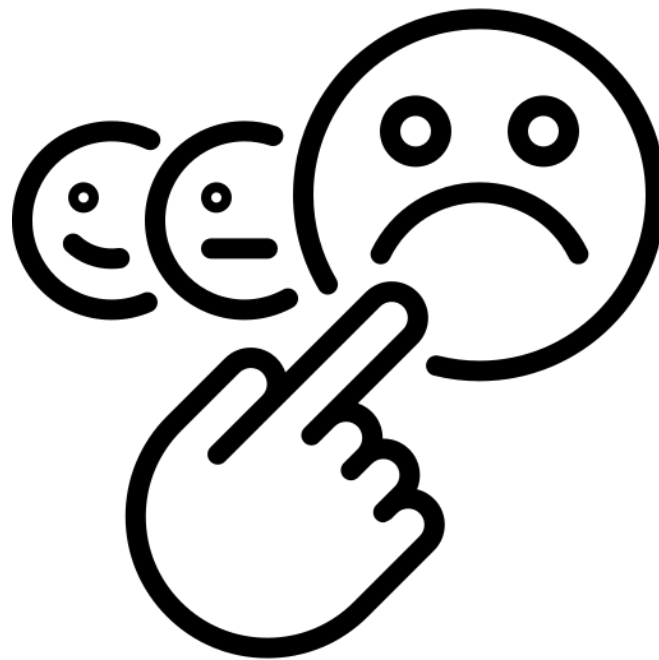


لیست صد kpi مهم رو در یه فایل هندبوک براتون آماده میکنم.

key Performance Indicator

بهترین راه شناخت سفر مشتری، کسب تجربه و دقت به الگوهای موفق هست.





دلیل اصلی که افراد دیگر از شما خرید نمیکنن، ناراحتیه...

تجربه مشتری تنها چیزی که رقبای من ندارند.



وَانْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا...

و در راه خدا انفاق کنید و خود را با دست خود به هلاکت نیندازید و نیکی کنید.

سوره بقره، آیه ۱۹۵



تجربه مشتری

ایجاد حس خوب در مشتری در تمامی نقاط تماس



آیا کسی که پولدار و خوشگل هست در ازدواج بله می‌شنود؟

فقط از یک راه سفر مشتری نداشته باشید!



چند مثال برای سفر مشتری در بهارمن



☐ مخاطبی که از طریق سئو آشنا میشه...

☐ مخاطبی که از طریق اکسپلور اینستاگرام آشنا میشه...

☐ مخاطبی که در سوشال ما رو همراهی میکنه...

☐ مخاطبی که در گذشته شماره خودشو در سایت گذاشته و خرید نکرده ...

☐ مخاطبی که از سایت خرید کرده ...

☐ مخاطبی که مراجعه حضوری دارد ...

☐ مخاطبی که از دیوار با ما آشنا شده...

☐ مخاطبی که از معرفی دیگران با ما آشنا شده...



عامل خریدهای بعدی مشتری، تجربه ای هست که در حالا ایجاد میکنیم



چگونه یک برند عالی در ذهن مشتری داشته باشیم؟

۴ سطح انتظار مشتری



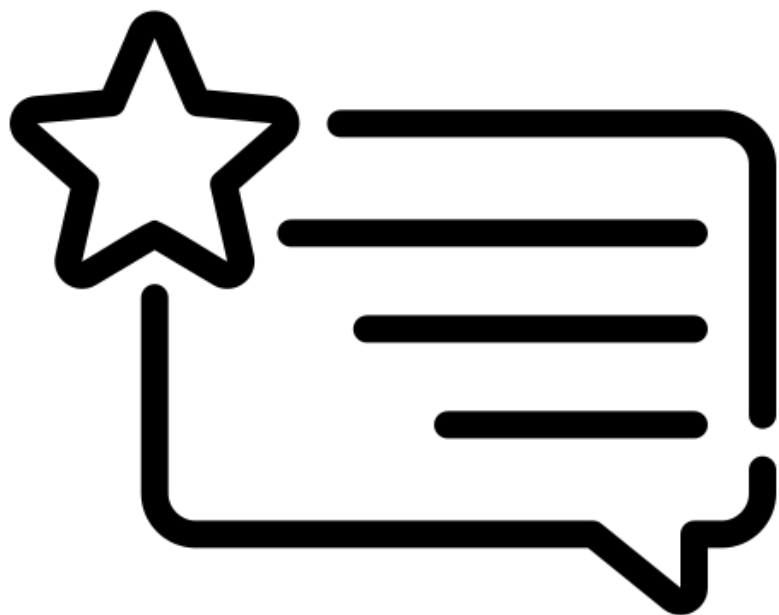
☐ برآوردن انتظارات

☐ فراتر رفتن از انتظارات

☐ مشعوف کردن

☐ شگفت زده کردن

چند نمونه از خوشحال کردن در بهارمن



□ صفحه تشکر پس از خرید دوره های مهم

□ هدایا و خدماتی که قولشو نداده بودیم.

□ حس خوب در محتوا

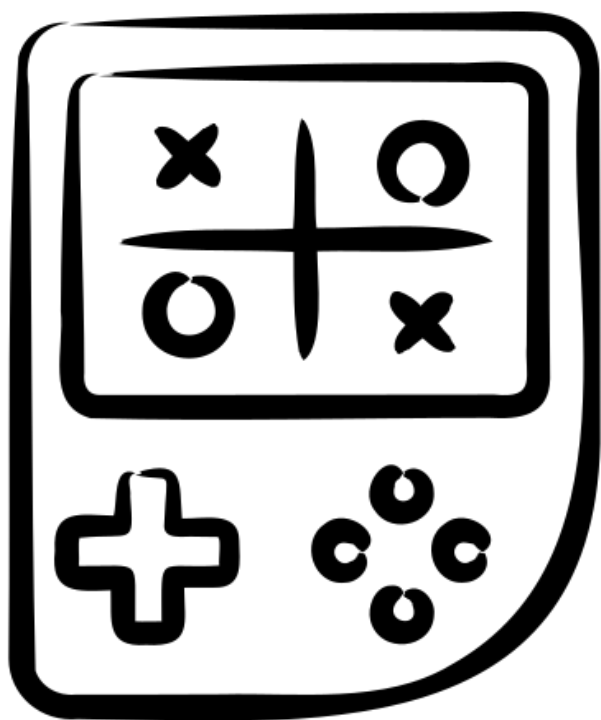
□ تماس گرفتن خودم با شرکت کنندگان

□ سرعت در تدوین و داشتن کیفیت عالی وبینار و ویدیوها



بررسی ۷ عامل مهم برای تجربه لذت بخش مشتری

کاهش ابهام و سردرگمی را با **سادگی** حل کنید.



- ☐ فایل های راهنما
- ☐ عدم اپراتور و نصاب
- ☐ دسترسی سریع به پشتیبانی
- ☐ اجتناب از کلمات سخت و پیچیده
- ☐ فرآیندهای کوتاه شده
- ☐ کمترین یادگیری و رسیدن به بیشترین خواسته

سرعت هر بخش ارتباط با مشتری را بیشتر کنید.



☐ سرعت پاسخگویی

☐ ایجاد تغییر

☐ خرید و ارسال

☐ تحویل سریع

☐ سایت و اپلیکیشن

☐ دانلود و دریافت اطلاعات سریع



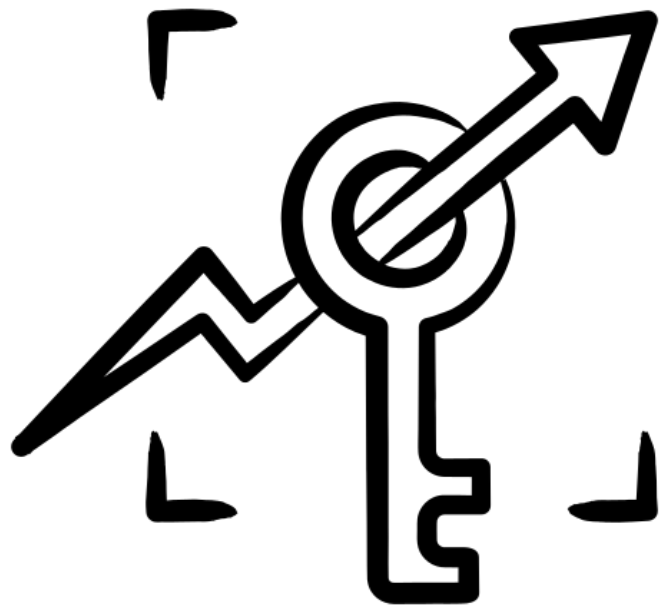
هلی شات های آمازون برای ارسال بسته

به نحوه ارتباط خود با مشتری دقت ویژه کنید



- ☐ تداوم ارتباط بعد از خرید
- ☐ لحن صحبت
- ☐ استفاده از کلمات سازمانی
- ☐ فرآیندهای مشخص
- ☐ باشگاه مشتریان
- ☐ داستان برند
- ☐ مشارکت مشتریان در تصمیم گیری و توسعه
- ☐ همدلی و درک نیازهای مشتری

برای مواردی که قول ندادید مشتری تونو **غافل گیر** کنید.



☐ پایبندی به تعهدات تا ایجاد اعتماد

☐ خدمات اضافه و هدایا

☐ پیام های شخصی سازی شده

☐ بازگشت بخشی از پول

☐ بسته بندی شخصی سازی شده با توجه به شرایط و مناسبت ها

Delivering Happiness Beyond Expectations



Welcome to Max Vision

Thank you for joining us.

Your journey towards success and
clarity begins now!



Amirhossein Hamedi
Bahareman.com



فرآیندهای تکرار پذیر دلنشین و با ثبات داشته باشید



□ کیفیت محصول

□ قوانین ثابت

□ پاسخ های یکسان

□ لحن پاسخگویی

□ احترام به همکاران و مشتری

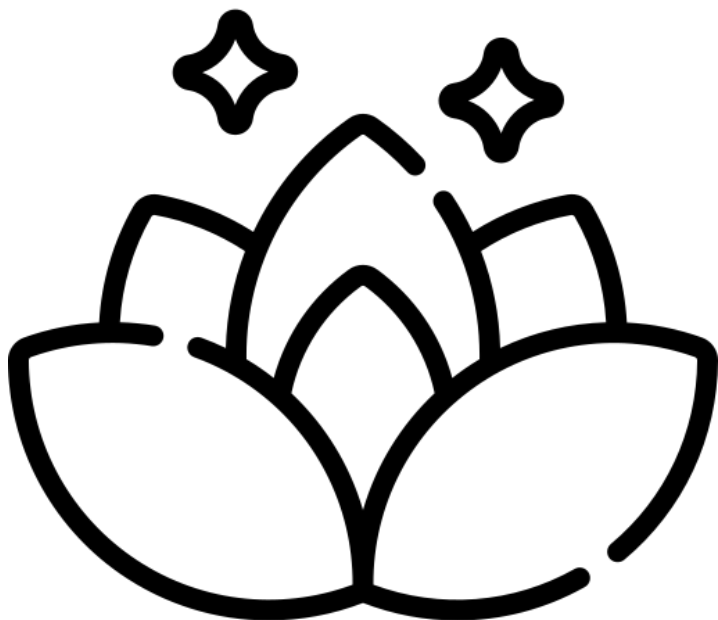
□ سیاست های مشخص



اگر ثبات برای تیم خود ایجاد کنید،

همکارانتان هم ثبات برای مشتری ایجاد میکنند

میزان زیبایی خدمات و محصولات خود را بیشتر کنید



☐ گرافیک

☐ سایت

☐ بسته بندی

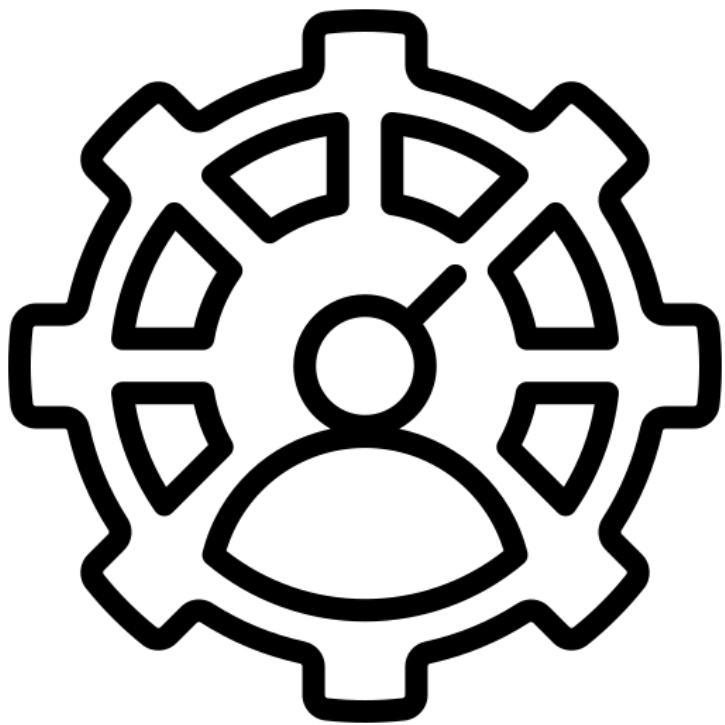
☐ محیط

☐ چیدمان

☐ تم های یکپارچه و پالت های رنگ

☐ بوی عطر در فضا و بسته بندی

خدمات اختصاصی و شخصی سازی شده با توجه به نیازهای مشتری دهید



☐ پیشنهادات و اقدامات مرتبط با علایق مشتری

☐ ماگ و اکسسوری

☐ پشتیبانی ۲۴/۷

☐ اطلاع رسانی های شخصی سازی شده

☐ ویدیوهای شخصی سازی شده

☐ روز تولد و ازدواج و...

☐ پیشنهادات های مرتبط



هدف کل تیم ایجاد تجربه لذت بخش برای مشتری است.

و برای خلق تجربه لذت بخش هزینه کنیم.

۷ مورد برای تجربه لذت بخش مشتری



☐ سادگی

☐ سرعت

☐ نحوه ارتباط

☐ غافلگیری

☐ ثبات

☐ زیبایی

☐ شخصی سازی