

مجموعه آموزشی بهارمن

دوره آموزشی مـکس ویژن

چک لیست اجرایی گام به گام



Bahareman.com

مدرس و نویسنده: **امیرحسین حامدی**

زندگی یه بازیه، یادش بگیریم

مقدمه

سلام و عرض ادب به شما همراهان عزیز بهارمن!

از اینکه در مسیر رشد و پیشرفت کسب و کار خود گام برمی دارید، صمیمانه به شما تبریک می گوییم. در این بخش، چک لیستی عملی و کاربردی را در اختیار شما قرار داده ایم که به شما کمک می کند پیشنهادهای ویژه و ارزشمندتان را به درستی به مشتریان اطلاع رسانی کنید و نرخ فروش خود را افزایش دهید.

اگر می خواهید فروش بیشتری داشته باشید، اطلاع رسانی درست ضروری است. این چک لیست، روش های مؤثر معرفی پیشنهادهای ویژه را به شما آموزش می دهد.

اطلاع رسانی صحیح، یکی از کلیدی ترین عوامل در موفقیت فروش است. اگر بهترین محصول یا خدمت را هم داشته باشید، اما به شیوه ای درست و تأثیرگذار آن را معرفی نکنید، مشتریان شما هرگز از آن باخبر نخواهند شد. در این چک لیست، روش های مختلف اطلاع رسانی مانند تبلیغات حضوری، شبکه های اجتماعی، پیامک، وبینار، همایش، مناسبت های خاص و... به صورت گام به گام بررسی شده است.

اما توجه داشته باشید، این فایل زمانی ارزشمند است که آموزش های خود را به دقت مشاهده کرده باشید و بدانید دقیقاً چه کاری باید انجام دهید. اجرای مرحله به مرحله این راهنما به شما کمک می کند تا پیام خود را هدفمند و جذاب به مشتریان برسانید و فروش خود را افزایش دهید.

بهارمن، همراه شما در مسیر رشد و موفقیت

امیرحسین حامدی

چک‌لیست اقداماتی برای افزایش فروش

1. پاسخ به سؤالات بوم کسب‌وکار
✓ فایل «بوم نوپای کسب‌وکار» را تکمیل کنید. اگر جواب‌ها واضح نیست، نیاز به بازنگری دارید.
2. طراحی پیشنهاد ردنشدنی
✓ یک پیشنهاد ویژه طراحی کنید که مشتری نتواند رد کند (تخفیف محدود، هدیه، تضمین).
3. ایجاد بهانه‌ای برای ارتباط بیشتر با مشتری
✓ یک روش ارتباطی مثل خبرنامه، مشاوره رایگان یا هدیه طراحی کنید تا مشتری علاقه‌مند به تعامل شود.
4. اطلاع‌رسانی به مشتریان فعلی و گذشته
✓ یکی از این روش‌ها را اجرا کنید:

روش‌های اطلاع‌رسانی به مشتریان

- ♦ مشتری حضوری → تبلیغات فیزیکی و پیشنهاد شفاهی
 - ♦ شبکه‌های اجتماعی → پست، استوری، تبلیغات هدفمند
 - ♦ پل پیامکی → ارسال پیام کوتاه با پیشنهاد ویژه
 - ♦ مشتریان سایت → پاپ‌آپ، ایمیل مارکتینگ، پیشنهاد محدود
 - ♦ وبینار و همایش → معرفی محصول و ارائه پیشنهاد خاص
 - ♦ مناسبت خاص → تخفیف و کمپین ویژه در زمان‌های خاص
 - ♦ مشاوره رایگان → جذب مشتری با ارائه ارزش رایگان
- 🎯 انتخاب کن و همین امروز یکی از موارد بالا رو اجرا کن !

خب، حالا بریم سراغ اقدامات عملی برای هر روش اطلاع‌رسانی. من هر بخش رو مختصر، واضح و اجرایی می‌نویسم تا راحت عمل کنی.

📢 اطلاع رسانی به مشتریان حضوری

برای زمانی که مشتری داخل فضای کسب و کار شماست.

✓ ۱. پیشنهاد رد نشدنی را آماده کن

- ♦ متن پیشنهاد را به یک طراح گرافیک حرفه ای بده.
- ♦ مطمئن شو که طرح پیشنهادی کنجکاوی مشتری را برمی انگیزد.

✓ ۲. بهترین نقطه برای نمایش را پیدا کن

- ♦ کجا بیشترین دید را دارد؟ ورودی، صندوق، یا جای دیگری؟
- ♦ از یک طراح حرفه ای استفاده کن تا بنر تو چشم بیاید.

✓ ۳. تبلیغات فیزیکی را اجرا کن

- ♦ بنر را در ابعاد مناسب چاپ و در محل کسب و کارت نصب کن.
- ♦ اگر مشتریان برای خرید تردید دارند، تراکت A5 با پیشنهاد ویژه آماده کن.

🚀 نکته مهم:

قبل از هزینه زیاد، پیشنهاد را تست کن!

اول نمونه کم هزینه چاپ کن، اگر جواب داد، روی تبلیغات بیشتر سرمایه گذاری کن.

📌 اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی

برای زمانی که مخاطبان در اینستاگرام، تلگرام، ایتا و دیگر شبکه‌های اجتماعی فعال هستند.

۱. آشنایی با پیشنهاد ویژه

- ◆ در استوری‌ها و پست‌ها، مخاطب را با ارزش پیشنهادی خود آشنا کن.
- ◆ پیام شما باید واضح و جذاب باشد.

۲. استفاده از تکنیک‌های دیده شدن بیشتر

- ◆ از هشتگ‌ها، تگ کردن افراد و زمان‌بندی مناسب پست‌ها استفاده کن.

۳. متقاعد کردن مخاطب

- ◆ توضیح بده چه مشکلی از مخاطب حل می‌شود و چرا باید از شما خرید کند.
- ◆ از جمله‌های تأثیرگذار مثل "فقط امروز!" استفاده کن.

۴. نمایش تخصص خود

- ◆ به جای حرف زدن، کار خود را نشان بده. ویدیوها یا آموزش‌های کوتاه ارائه بده.

۵. شروع فروش ویژه

- ◆ تخفیف‌ها یا جوایز هیجان‌انگیز را به شکل جذاب اعلام کن.
- ◆ از کلمات محرک مانند "فرصت طلایی!" یا "فقط ۵ نفر اول!" استفاده کن.

۶. نمایش نظرات مشتریان راضی

- ◆ نظرات مشتریان راضی و میزان فروش را در استوری‌ها و پست‌ها به اشتراک بگذار.
- ◆ نشان بده که پیشنهاد شما واقعاً ارزش دارد.

۷. یادآوری پایان فروش ویژه

- ◆ دائماً به مخاطب یادآوری کن که فرصت محدود است و باید اقدام کند.
- ◆ از کلمات "آخرین فرصت" و "به زودی تمام می‌شود" استفاده کن.

🔥 نکته مهم:

این روند باید حداقل ۳ تا ۷ روز ادامه داشته باشد.
گام به گام پیش برو و همیشه به فکر حل مشکل مخاطب باش.

📌 اطلاع رسانی با سامانه پیامکی

برای زمانی که شما از روش سنتی استفاده کرده‌اید و فقط شماره تماس مشتریان خود را دارید.

✓ ۱. انتخاب سامانه پیامکی

◆ یک سامانه پیامکی تهیه کن. پیشنهاد ما: فراز اس ام اس؛ ملی پیامک؛ sms.ir

✓ ۲. آماده سازی لیست مشتریان

◆ لیست مشتریان خود را به صورت فایل اکسل آماده کن.

✓ ۳. ارسال پیامک اول

◆ در پیامک اول، حس خوب و کنجکاوی در مشتری ایجاد کن.

◆ پیام باید ساده و جذاب باشد، مثلاً: "سلام! پیشنهاد ویژه‌ای برای شما داریم، منتظر باشید".

✓ ۴. ارسال پیامک دوم (پیشنهاد شگفت‌انگیز)

◆ در پیامک دوم، پیشنهاد ویژه خود را معرفی کن.

◆ به مشتری بگو از چه زمانی و چند نفر می‌توانند استفاده کنند: "فقط ۱۰ نفر اول!"

✓ ۵. ارسال پیامک سوم (شروع کمپین)

◆ در پیامک سوم، شروع کمپین و هیجان را اطلاع رسانی کن.

◆ مثلاً: "این فرصتی است که نباید از دست بدید! شروع شد!"

✓ ۶. ارسال پیامک چهارم (محدودیت فرصت)

◆ نشان بده که از پیشنهاد استقبال شده و فقط تعداد محدودی از افراد می‌توانند از آن بهره‌مند شوند.

◆ مثلاً: "فقط ۵ نفر باقی مانده! از دست ندهید!"

✓ ۷. ارسال پیامک آخر (تشکر و هدیه)

◆ در پیامک آخر، از مشتری تشکر کن و برای او ارزشی ایجاد کن، مثلاً با ارائه یک هدیه یا مشاوره رایگان.

📌 نکات مهم:

- متن پیام‌ها کوتاه و جذاب باشد تا مشتری حتماً آن را بخواند.
- از شماره‌ای برای ارسال پیامک استفاده کن که در بلک لیست مشتریان نباشد.

🔑 اقدامات گام به گام برای ارسال پیامک از طریق برودکست واتس‌آپ

✅ گام اول: ایجاد گروه برودکست

- ♦ وارد واتس‌آپ شو و روی سه نقطه (اندروید) یا "چت‌های جدید" (آیفون) بزن.
- ♦ گزینه "برودکست جدید" را انتخاب کن.
- ♦ لیست مشتریانی که می‌خواهی پیام ارسال کنی، انتخاب کن.

✅ گام دوم: آماده‌سازی پیام

- ♦ یک پیام کوتاه و جذاب آماده کن. اگر همراه با یک بنر جذاب باشه که عالیه...

✅ گام سوم: ارسال پیام

- ♦ بعد از آماده‌سازی پیام، ارسال آن به برودکست را بزن.

✅ گام چهارم: پیگیری و ارسال پیام‌های بعدی

- ♦ بعد از ارسال پیام اول، بر اساس زمان‌بندی که تعیین کرده‌ای، پیام‌های بعدی (پیام پیشنهاد، محدودیت‌ها و ...) را ارسال کن.

✅ گام پنجم: تعامل با مشتریان

- ♦ حواست باشد که مشتریان ممکن است پاسخ دهند.
- ♦ آماده باش که به سوالات و نظرات آن‌ها پاسخ بدهی تا احساس ارزشمندی کنند.

✅ گام ششم: ثبت بازخورد

- ♦ بعد از اتمام کمپین، بازخورد مشتریان را بررسی کن و تحلیل کن که کدام روش‌ها موثر بوده‌اند.
- ♦ از این اطلاعات برای بهبود کمپین‌های بعدی استفاده کن.

نکات مهم:

- مطمئن شو که مشتریان شما شماره شما را سیو کرده‌اند؛ در غیر این صورت پیام‌ها به صورت برودکست برایشان ارسال نخواهد شد.
- پیام‌ها باید به گونه‌ای باشند که مشتریان را ترغیب به اقدام فوری کنند.

🔑 اقدامات گام به گام برای اطلاع رسانی در وبینار و همایش

✅ گام اول: تبلیغات قبل از رویداد

- ◆ حداقل ۱ ماه یا ۱ هفته قبل از رویداد تبلیغات را شروع کن و برای هر روز یک پیام جذاب آماده کن.
- ◆ پیام‌ها باید جذاب باشند و به سوالات و نیازهای مخاطب پاسخ دهند.

✅ گام دوم: متقاعدسازی بعد از ثبت نام

- ◆ بعد از ثبت نام، همچنان باید برای متقاعد کردن افراد به حضور فعال در وبینار تلاش کنی.
- ◆ از طریق پیام‌های یادآوری و تشویقی در گروه‌ها و پیامک‌ها، به مخاطب بگو چرا این وبینار مهم هست.

✅ گام سوم: یادآوری زمان رویداد

- ◆ نزدیک به زمان رویداد، از پیامک، پیام صوتی و ایمیل برای یادآوری استفاده کن.

✅ گام چهارم: ارائه محتوا در وبینار

- ◆ راه‌حل‌ها و پیشنهادات خود را به وضوح بیان کن و مخاطب را متقاعد کن که این پیشنهاد واقعا عالیه.

✅ گام پنجم: ایجاد فرصت خرید فوری

- ◆ در لحظات پایانی وبینار، بلافاصله فرصت خرید ایجاد کن. فرآیند خرید سریع و ساده باشد.

✅ گام ششم: ارسال فیلم رویداد

- ◆ بعد از وبینار یا همایش، فیلم آن را به تمام شرکت‌کنندگان ارسال کن.
- ◆ برای ارسال فیلم، از یک شرط جذاب مانند "برای مشاهده رویداد، عدد ۸ را ارسال کنید" استفاده کن.

✅ گام هفتم: ارسال پیام‌های نهایی

- ◆ در پایان، به مخاطبان یادآوری کن که فرصت محدود است و باید از پیشنهاد ویژه استفاده کنند.
- ◆ این پیام باید ترغیب‌کننده باشد تا مخاطب حس کند که از دست دادن این فرصت ضرر بزرگی خواهد بود.

نکات اضافی:

- حتما در وبینارهای مشابه شرکت کن تا از نحوه پرزنت و شیوه‌های تبلیغاتی یاد بگیری
- محتوا باید با توجه به نیاز مخاطب به روز و جذاب باشد تا توجه آن‌ها را جلب کند.
- از ابزارهایی مانند سایت‌هایی که به میزبانی وبینار کمک می‌کنند (مانند ایسمینار) برای برگزاری بهتر استفاده کن.

🔑 اقدامات گام به گام برای اطلاع رسانی در مناسبت خاص

✅ گام اول: پیش اطلاع رسانی به مخاطبان

- ❖ از چند روز قبل به مخاطبان اطلاع رسانی کن که به مناسبت فلان روز یا رویداد، پیشنهاد ویژه‌ای در راهه.
- ❖ مثلاً بگو "به مناسبت عید فلان، از ۳ روز دیگر یک پیشنهاد ویژه داریم!"
- ❖ این اطلاع رسانی باید در قالب پیام‌هایی جذاب و هیجان‌انگیز باشد که مخاطب پیگیر شما شود.

✅ گام دوم: ارائه پیشنهاد ویژه در روز مناسبت

- ❖ در روز مناسبت، پیشنهاد ویژه و تخفیف‌های خود را به مخاطبان اعلام کن.
- ❖ این پیشنهاد باید جذاب و مناسب برای موقعیت باشد، تا مخاطب خرید خود را انجام دهد.

✅ گام سوم: یادآوری محدودیت‌ها

- ❖ به مخاطبان بگو که این پیشنهاد محدود به تعداد یا زمان خاصی است.
- ❖ ایجاد احساس فوریت بسیار مهم است.

✅ گام چهارم: یادآوری پایان پیشنهاد و تشکر از مخاطب

- ❖ به مخاطب یادآوری کن که این پیشنهاد فقط تا زمان مشخصی فعال است و بعد از آن از دست می‌رود.
- ❖ از مخاطب بابت توجه و اقدامش تشکر کن و حس خوب و قدردانی ایجاد کن.

✅ گام پنجم: برخورد با علاقه‌مندان بعد از پایان اطلاع رسانی

- ❖ بعد از پایان فرصت پیشنهاد، ممکن است افرادی بخواهند از این فرصت استفاده کنند.

نکات اضافی:

- مناسبت‌ها می‌توانند همگانی (مانند اعیاد) یا درونی (مثل سالگرد تأسیس یا گرفتن لوح تقدیر) باشند.
- باید از قبل برنامه‌ریزی دقیقی داشته باشی و زمان‌بندی مناسبی برای اطلاع رسانی انتخاب کنی.
- اطلاع رسانی باید شامل جزئیات دقیق مانند تاریخ شروع و پایان پیشنهاد، تخفیف‌ها، و هر چیزی که مخاطب را ترغیب به اقدام سریع کند، باشد.

برای افزایش اثربخشی اطلاع‌رسانی پیشنهاد می‌کنم:

1. ترکیب روش‌های اطلاع‌رسانی

✓ حتماً از ترکیب چند روش اطلاع‌رسانی استفاده کن. مثلاً اگر در شبکه‌های اجتماعی تبلیغ می‌کنی، با پیامک هم یادآوری کن. یا اگر در وبینار پیشنهاد می‌دهی، بعد از آن از واتساپ یا ایمیل پیگیری داشته باش.

2. تست و بهینه‌سازی

✓ قبل از اجرای گسترده، روی یک گروه کوچک از مشتریان تست کن تا ببینی کدام روش و پیام بیشترین تأثیر را دارد.

✓ بعد از هر کمپین، داده‌ها را بررسی کن: چه تعداد بازدید داشتی؟ چند نفر اقدام کردند؟ کدام روش بهتر جواب داده؟

3. ایجاد تعامل قبل از پیشنهاد

✓ قبل از اعلام پیشنهاد، چند روز محتوای مرتبط و ارزشمند ارائه کن تا مخاطب به تو توجه کند. مثلاً اگر فروش آموزشی داری، چند نکته رایگان بده، یا اگر محصول فیزیکی داری، از تجربه‌های مشتریان راضی بگو.

4. استفاده از (Call to Action (CTA قوی

✓ در تمام اطلاع‌رسانی‌ها، یک اقدام مشخص از مشتری بخواه (کلیک روی لینک، ارسال پیام، تماس، ورود به سایت و...). CTA باید واضح و مستقیم باشد.

5. استفاده از اعتبار اجتماعی (Social Proof)

✓ در اطلاع‌رسانی، نظرات مشتریان راضی و تعداد افرادی که قبلاً از پیشنهاد استفاده کرده‌اند را نشان بده. این کار باعث افزایش اعتماد و اقدام سریع‌تر می‌شود.

حرف پایانی:

دنیای کسب‌وکار پر از فرصت‌هایی است که تنها افراد آماده و اقدام‌گرا از آن‌ها بهره می‌برند. اگر این چک‌لیست را به کار بگیری و آن را در مسیر رشد کسب‌وکارتان اجرایی کنی، نتایج فوق‌العاده‌ای خواهید دید. **دانش بدون اجرا هیچ تغییری ایجاد نمی‌کند.** همین امروز شروع کنید، گام به گام پیش بروید و اثرگذاری اطلاع‌رسانی حرفه‌ای را در فروش خود ببینید.

امیرحسین حامدی