

## ПОДАРОК №1

### Глава 8. Чтобы Клиент возвращался.

(из контекста курса «Мебельный бизнес БЕЗ ЦЕНЗУРЫ»)

(обращение к персоналу мебельного магазина)

Чтобы Клиент возвращался...

Целесообразно внедрить в нашу работу идею пожизненной ценности Клиента... что такое пожизненная ценность?... это та сумма, которую Клиент может оставить в Вашем магазине за всю свою жизнь... что нужно, чтобы Клиент захотел ее оставить?... Ваше отношение...

«Жениться» на Покупателе гораздо выгоднее для фирмы, чем «переспать» с ним... самое важное – не покупка товара Клиентом... гораздо важнее – повторная покупка товара Клиентом... кому из Вас не хватит пальцев одной руки, чтобы сосчитать своих постоянных Клиентов?...

Покупатели – самый лучший источник рекомендаций... поблагодарите Вашего Покупателя за рекламу, претензию, замечание – ведь Покупатель бесплатно указывает Вам путь, по которому нужно идти, чтобы развиваться и улучшаться, не повторять своих ляпов в будущем... отсутствие прогресса есть регресс... кто не хочет учиться и развиваться, рано или поздно окажется позади всех, в следствие чего его выбросят за борт... развивайтесь...

Регулярное напоминание о себе – важнейшее условие для возвращения Клиента и повторной покупки... как давно Вы звонили Клиенту, чтобы выяснить, удовлетворен ли он покупкой, нравится ли ему пользоваться нашим товаром каждый день?... мебель – это товар нечастого спроса; люди покупают мебель один раз в несколько лет... и если Вы запомнитесь Клиенту с плохой стороны или не запомнитесь никак – то он к Вам больше и не придет... людям, живущим по принципу «после нас хоть потоп» это безразлично... но гармоничным личностям, стремящимся сделать свою жизнь лучше, очень важно, чтобы Клиент возвращался, возвращался именно к ним, помнил их с хорошей стороны и ценил... потому что мысль материальна... и любой Ваш плевок в Клиента вернется к Вам же его негативными мыслями, а к некоторым и проклятиями...

Очень важно впечатление от первого контакта с фирмой... из-за плохого первого впечатления Клиенты обязательно не вернутся... Вы всегда (как минимум) приветствуете Клиента?...

2/3 (то есть 66%) Клиентов не возвращаются из-за хамского отношения персонала... задумайтесь над этой страшной цифрой...

Хотите, чтобы на наш магазин работало «сарафанное радио», хороший слух, молва?... выполните всего четыре условия в процессе продажи: КАЧЕСТВЕННО – В СРОК – ВЕЖЛИВО – НЕ СОЗДАВАЯ ПРОБЛЕМ...

Не создавайте Клиенту полосу препятствий... Клиент, проблему которого решили качественно, будет более лояльным, чем тот, у кого проблема не возникала вовсе... Вы гарантируете, что Клиент остался доволен решением возникшей проблемы?...

И прекратите думать, что все вышеперечисленное Вас не касается!