

# Ενότητα 5

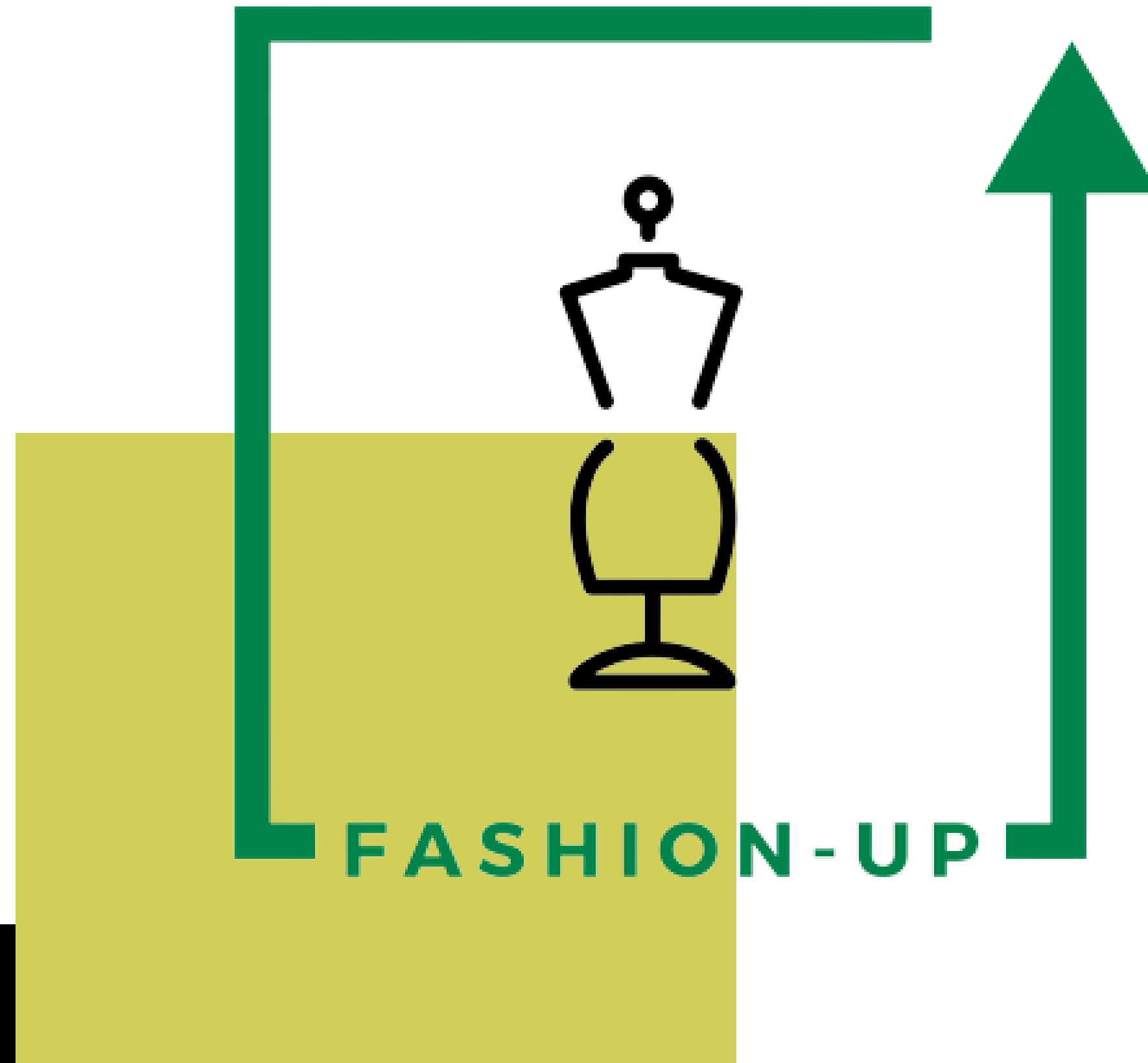
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ





Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι, ωστόσο, μόνο του/των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.





# Επισκόπηση Κεφαλαίου

Σε αυτήν την Ενότητα, θα μάθετε τι σημαίνει να χτίζετε μια εταιρική ταυτότητα και πώς να δημιουργήσετε μια ισχυρή διαδικτυακή παρουσία για την επιχείρησή σας. Θα μάθετε επίσης για στρατηγικές πωλήσεων και τρόπους διατήρησης μιας πιστής πελατειακής βάσης.



# Προσδοκόμενα Μαθησιακά Αποτελέσματα

Μέχρι το τέλος αυτής της Ενότητας, θα είστε σε θέση να:

1. Ορίσετε τα απαραίτητα βήματα για την οικοδόμηση μιας εταιρικής ταυτότητας,
2. Αναγνωρίσετε τις διαφορετικές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης,
3. Προσδιορίσετε τα βήματα για μια επιτυχημένη στρατηγική πωλήσεων,
4. Αναγνωρίσετε τα βήματα για την οικοδόμηση μιας πιστής πελατειακής βάσης.

## Προαπαιτούμενες γνώσεις

Δεν απαιτούνται προηγούμενες γνώσεις για αυτήν την Ενότητα.

**Εκτιμώμενος χρόνος ανάγνωσης**

13 λεπτά



# Μαθησιακός Στόχος

Το Κεφάλαιο στοχεύει να εξοπλίσει τους μελλοντικούς ενδυματολόγους με βασικές γνώσεις στρατηγικών μάρκετινγκ.



## Κοινό Στόχος

Αυτό το Κεφάλαιο απευθύνεται σε μαθητές που αναζητούν βασικές γνώσεις σχετικά με το πώς να χρησιμοποιούν στρατηγικές μάρκετινγκ προκειμένου να ενισχύσουν τις πωλήσεις τους.

## Έννοιες Κλειδιά

Μάρκετινγκ, πωλήσεις, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πελατειακή βάση, ικανοποίηση πελατών

- Φορητός υπολογιστής με πρόσβαση στο διαδίκτυο
- Προβολέας
- Πίνακας παρουσιάσεων
- Σημειωματάριο με στυλό και μαρκαδόρους
- Εκτυπωμένες κάρτες flash



# Απαραίτητος εξοπλισμός



01

## Προφίλ εκπαιδευτή

### Τεχνικά:

- Γνώσεις στρατηγικών μάρκετινγκ και πωλήσεων

### Παιδαγωγικά:

- Εμπειρία στη διδασκαλία ενηλίκων μαθητών και στην κατανόηση των μαθησιακών τους στυλ
- Ισχυρές δεξιότητες επικοινωνίας και παρουσίασης για την εμπλοκή των μαθητών

### Επιχειρηματικά και Επιχειρηματικά:

- Επάρκεια στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων στρατηγικών μάρκετινγκ και εταιρικής ταυτότητας
- Γνώσεις ψηφιακού μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης





02

## Μεθοδολογία

Αυτή η Ενότητα θα βασίζεται τόσο στις μεθοδολογίες μάθησης που βασίζονται σε έργα όσο και στη βιωματική μάθηση.

# Χτίζοντας μια εταιρική ταυτότητα

Η ταυτότητα της επωνυμίας είναι τα ορατά στοιχεία μιας επωνυμίας, όπως το χρώμα, το σχέδιο και το λογότυπο, που την προσδιορίζουν και την διακρίνουν στο μυαλό των καταναλωτών.

Η ταυτότητα της επωνυμίας διακρίνεται από την εικόνα της επωνυμίας (την αντίληψη του καταναλωτή για την επωνυμία), αν και τα δύο είναι στενά συνδεδεμένα.



# Εταιρική ταυτότητα

Μια ταυτότητα επωνυμίας είναι πρωτίστως αυτό που η εταιρεία επιθυμεί να προβάλλει στο κοινό της. Για να έχει καλή απόδοση, η ταυτότητα της επωνυμίας πρέπει να είναι σε ευθυγράμμιση με τις αξίες της επωνυμίας προς τους πελάτες της.

Η ταυτότητα της επωνυμίας πρέπει να είναι:

- Διακριτή
- Αξέχαστη
- Επεκτάσιμη
- Ευέλικτη
- Συνεκτική

Μια ισχυρή ταυτότητα επωνυμίας μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση να:

- Ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό
- Χτίσει εμπιστοσύνη και αφοσίωση με τους πελάτες
- Επικοινωνήσει τις αξίες και την αποστολή της
- Δημιουργήσει μια συνεπή εμπειρία για τους πελάτες
- Προσελκύσει και διατηρήσει υπαλλήλους

Η ανάπτυξη μιας ταυτότητας επωνυμίας είναι μια σύνθετη διαδικασία που απαιτεί προσεκτική εξέταση όλων των εμπλεκόμενων στοιχείων. Είναι σημαντικό να δημιουργηθεί μια ταυτότητα επωνυμίας που είναι αυθεντική, σχετική και βιώσιμη.



# Δείτε αυτό το βίντεο



<https://www.youtube.com/watch?v=huersHOzoAg>



# Βασικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας

01

## Οπτική ταυτότητα

Αυτό περιλαμβάνει το λογότυπο, την παλέτα χρωμάτων, την τυπογραφία και τις εικόνες.

02

## Φωνή εταιρίας

Αυτός είναι ο τόνος και το στυλ επικοινωνίας που χρησιμοποιεί η μάρκα.εταιρία

03

## Αξίες επωνυμίας

Αυτές είναι οι βασικές αρχές που καθοδηγούν τις ενέργειες της εταιρίας.

04

## Προσωπικότητα εταιρίας

Αυτά είναι τα ανθρώπινα χαρακτηριστικά που αποδίδονται στη μάρκα.

# Διαδικτυακή παρουσία μιας επιχείρησης

Η διαδικτυακή παρουσία της επιχείρησής σας είναι το άθροισμα όλων των τρόπων με τους οποίους εμφανίζεται και αλληλεπιδρά με εσάς στο διαδίκτυο. Είναι ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες σας βρίσκουν, μαθαίνουν για εσάς και αλληλεπιδρούν μαζί σας στον ψηφιακό χώρο. Σκεφτείτε την ως τον συνδυασμό της ψηφιακής σας βιτρίνας και της φήμης σας. Ακολουθούν τα βασικά στοιχεία της:

- 1. Ιστότοπος:** Ο ιστότοπός σας είναι ο κεντρικός κόμβος της διαδικτυακής σας παρουσίας. Είναι το μέρος όπου παρουσιάζετε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας, μοιράζεστε πληροφορίες για την εταιρεία σας και παρέχετε στοιχεία επικοινωνίας.
- 2. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:** Πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram, το Twitter και το LinkedIn σάς επιτρέπουν να συνδεθείτε με πελάτες, να κοινοποιήσετε ενημερώσεις και να δημιουργήσετε μια κοινότητα γύρω από την επωνυμία σας.
- 3. Διαδικτυακές Καταχωρίσεις και Κατάλογοι:** Η καταχώρισή σας σε πλατφόρμες όπως το Google My Business, το Yelp και σε καταλόγους ειδικούς για τον κλάδο διασφαλίζει ότι οι πιθανοί πελάτες μπορούν να σας βρουν όταν αναζητούν στο διαδίκτυο.
- 4. Μάρκετινγκ Περιεχομένου:** Η δημιουργία πολύτιμου περιεχομένου, όπως αναρτήσεις ιστολογίου, άρθρα και βίντεο, βοηθά στην ενίσχυση της εμπειρίας σας και στην προσέλκυση πιθανών πελατών.
- 5. Διαδικτυακή Διαφήμιση:** Η χρήση διαδικτυακών πλατφορμών διαφήμισης όπως οι Διαφημίσεις Google και οι διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να σας βοηθήσει να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό και να κατευθύνετε την επισκεψιμότητα στον ιστότοπό σας.
- 6. Διαδικτυακές Κριτικές και Φήμη:** Οι κριτικές πελατών σε πλατφόρμες όπως η Google, το Yelp και το Facebook μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη φήμη της επιχείρησής σας και να επηρεάσουν τους πιθανούς πελάτες.



# Η δύναμη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης



Στη σημερινή ψηφιακή εποχή, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το ψηφιακό μάρκετινγκ αποτελούν απαραίτητα εργαλεία για τις μικρές επιχειρήσεις. Παρέχουν μια πλατφόρμα για την προσέγγιση ενός ευρύτερου κοινού, την αλληλεπίδραση με τους πελάτες και την αύξηση των πωλήσεων.

Η προσέγγιση του σωστού κοινού είναι απολύτως ζωτικής σημασίας για τη βιομηχανία ανακυκλωμένων ενδυμάτων. Δεν πρόκειται μόνο για την ύπαρξη εξαιρετικών προϊόντων, αλλά και για τη σύνδεση με τους ανθρώπους που θα τα εκτιμήσουν και θα τα εκτιμήσουν πραγματικά.

# Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης



**Facebook:** Με την τεράστια βάση χρηστών του, το Facebook είναι ιδανικό για την προσέγγιση ενός ευρέος κοινού. Προσφέρει επιχειρηματικές σελίδες, επιλογές διαφήμισης, ομάδες και μια αγορά, καθιστώντας το κατάλληλο για οικοδόμηση κοινότητας, αλληλεπίδραση πελατών και στοχευμένη διαφήμιση.



**Instagram:** Ως οπτικά προσανατολισμένη πλατφόρμα, το Instagram είναι ιδανικό για επιχειρήσεις με συναρπαστικές εικόνες και βίντεο. Είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό για μάρκες μόδας, φαγητού, ταξιδιών και lifestyle, καθώς και για influencer marketing.



**LinkedIn:** Αυτή η πλατφόρμα απευθύνεται κυρίως σε επαγγελματίες και επιχειρήσεις, καθιστώντας την την ιδανική επιλογή για B2B marketing, δικτύωση και εδραίωση ηγεσίας σκέψης.



**X (πρώην Twitter):** Γνωστό για συζητήσεις σε πραγματικό χρόνο και δημοφιλή θέματα, το X είναι κατάλληλο για επιχειρήσεις που θέλουν να συμμετέχουν σε συζητήσεις σε πραγματικό χρόνο, να χειρίζονται ερωτήματα εξυπηρέτησης πελατών και να μοιράζονται ενημερώσεις εταιρείας.



**YouTube:** Ως πλατφόρμα κοινής χρήσης βίντεο, το YouTube είναι απαραίτητο για επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν περιεχόμενο βίντεο. Είναι επίσης η δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης, καθιστώντας το κρίσιμο για το SEO και την προσέγγιση ενός ευρύτερου κοινού.



**TikTok:** Με έμφαση στο περιεχόμενο βίντεο σύντομης μορφής, το TikTok είναι ιδανικό για επιχειρήσεις που θέλουν να αναδείξουν την προσωπικότητα της επωνυμίας τους και να συνδεθούν με νεότερο κοινό μέσω δημιουργικών και ελκυστικών βίντεο.



**Pinterest:** Αυτή η πλατφόρμα οπτικής ανακάλυψης είναι ιδανική για επιχειρήσεις με οπτικά ελκυστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, ιδιαίτερα για εκείνες που απευθύνονται σε ένα κυρίως γυναικείο κοινό. Είναι ιδανικό για την κοινοποίηση οπτικών γραφικών προϊόντων, tutorials DIY και συμβουλές για τον τρόπο ζωής.



# Οφέλη του μάρκετινγκ Κοινωνικών Δικτύων

- **Αυξημένη Αναγνωρισιμότητα και Εμβέλεια Επωνυμίας**

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης έχουν δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες, παρέχοντας στις επιχειρήσεις ένα τεράστιο κοινό προς προσέγγιση. Οι αποτελεσματικές στρατηγικές κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αυξήσουν σημαντικά την προβολή και την αναγνώριση της επωνυμίας. Η κοινή χρήση ελκυστικού περιεχομένου μπορεί να οδηγήσει σε ιογενή εμβέλεια, εκθέτοντας την επωνυμία σας σε νέους πιθανούς πελάτες.

- **Βελτιωμένη Εμπλοκή και Σχέσεις Πελατών**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν ένα άμεσο κανάλι επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης με τους πελάτες.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να απαντήσουν σε ερωτήματα, να συλλέξουν σχόλια και να χτίσουν σχέσεις με το κοινό τους. Οι εξατομικευμένες αλληλεπιδράσεις και το στοχευμένο περιεχόμενο μπορούν να ενισχύσουν την αίσθηση κοινότητας και αφοσίωσης.

- **Οικονομικά Αποδοτικό Μάρκετινγκ**

Σε σύγκριση με τις παραδοσιακές μεθόδους μάρκετινγκ, το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων μπορεί να είναι πολύ οικονομικά αποδοτικό. Το οργανικό περιεχόμενο και η εμπλοκή μπορούν να δημιουργήσουν σημαντική εμβέλεια χωρίς σημαντική οικονομική επένδυση. Η πληρωμένη διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρει ακριβείς επιλογές στόχευσης και μετρήσιμα αποτελέσματα.

- **Αυξημένη Επισκεψιμότητα Ιστοσελίδας και Δημιουργία Leads**

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προσέλκυση επισκεψιμότητας στον ιστότοπό σας και στις σελίδες προορισμού σας. Το ελκυστικό περιεχόμενο και οι στοχευμένες διαφημίσεις μπορούν να προσελκύσουν πιθανούς πελάτες που ενδιαφέρονται για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία leads μέσω διαγωνισμών, δώρων και αποκλειστικού περιεχομένου.

Δείτε



<https://www.wordstream.com/social-media-marketing>



# Επιλέγοντας τη σωστή πλατφόρμα

Οι καλύτερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για την επιχείρησή σας με χειροτεχνίες θα εξαρτηθούν από τους συγκεκριμένους στόχους σας, το κοινό-στόχο σας και τον τύπο της επιχείρησής σας. Λάβετε υπόψη τους ακόλουθους παράγοντες:



- **Το κοινό-στόχος σας:** Πού περνούν οι ιδανικοί πελάτες σας τον χρόνο τους στο διαδίκτυο;
- **Οι επιχειρηματικοί σας στόχοι:** Τι θέλετε να επιτύχετε με το μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων; (π.χ., αύξηση της αναγνωρισιμότητας της επωνυμίας, προσέλκυση επισκεψιμότητας στον ιστότοπό σας, δημιουργία δυνητικών πελατών, δημιουργία κοινότητας)
- **Ο προϋπολογισμός σας:** Πόσα μπορείτε να ξοδέψετε για διαφήμιση και διαχείριση κοινωνικών μέσων;
- **Οι πόροι σας:** Έχετε τον χρόνο και τους πόρους για να δημιουργήσετε και να διαχειριστείτε περιεχόμενο για πολλαπλές πλατφόρμες;



## Συμβουλές

- Εστιάστε τις προσπάθειές σας στις πλατφόρμες όπου είναι ενεργοί οι ιδανικοί σας πελάτες.
- Δημιουργήστε ένα ημερολόγιο περιεχομένου για να σχεδιάσετε και να οργανώσετε τις αναρτήσεις σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Μοιραστείτε μια ποικιλία ελκυστικού περιεχομένου, όπως φωτογραφίες, βίντεο και ιστορίες.
- Δώστε αξία στο κοινό σας προσφέροντας χρήσιμο ή ψυχαγωγικό περιεχόμενο.
- Αλληλεπιδράστε ενεργά με τους ακολούθους σας απαντώντας σε σχόλια και μηνύματα.
- Διατηρήστε ένα συνεπές πρόγραμμα δημοσιεύσεων για να διατηρήσετε το κοινό σας αφοσιωμένο.
- Χρησιμοποιήστε οπτικά εφέ υψηλής ποιότητας για να τραβήξετε την προσοχή και να μεταφέρετε το μήνυμα της επωνυμίας σας.
- Παρακολουθήστε τα αναλυτικά στοιχεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να μετρήσετε την πρόοδό σας και να βελτιώσετε τη στρατηγική σας.
- Να είστε υπομονετικοί και επίμονοι, καθώς η επιτυχία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί χρόνο και προσπάθεια.
- Συνεργαστείτε με άλλες επιχειρήσεις ή influencers για να επεκτείνετε την εμβέλειά σας.
- Μείνετε ενημερωμένοι για τις τελευταίες τάσεις και αλλαγές αλγορίθμων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Χρησιμοποιήστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να δημιουργήσετε μια κοινότητα γύρω από την επωνυμία σας και να ενισχύσετε την αφοσίωση των πελατών.
- Διατηρήστε πάντα μια επαγγελματική και συνεπή φωνή επωνυμίας σε όλες τις πλατφόρμες.
- Μην φοβάστε να πειραματιστείτε με διαφορετικές μορφές και στρατηγικές περιεχομένου.
- Προσφέρετε αποκλειστικές προσφορές και προωθητικές ενέργειες στους ακολούθους σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



# Αποτελεσματικές στρατηγικές πωλήσεων

Μια στρατηγική πωλήσεων είναι σαν ένας οδικός χάρτης για εσάς ή/και την ομάδα πωλήσεών σας. Είναι ένα λεπτομερές σχέδιο που περιγράφει πώς θα πουλήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας και θα επιτύχετε τους στόχους πωλήσεών σας.

Σκεφτείτε το ως έναν ολοκληρωμένο οδηγό που καλύπτει τα πάντα, από τον εντοπισμό του ιδανικού πελάτη σας έως το κλείσιμο συμφωνιών και την οικοδόμηση μακροχρόνιων σχέσεων.



# Πώς να αναπτύξετε στρατηγικές πωλήσεων



## 1. Κατανοήστε το κοινό-στόχο σας :

Δημογραφικά στοιχεία: Ηλικία, τοποθεσία, εισόδημα, εκπαίδευση, κ.λπ. Όσο πιο συγκεκριμένοι είστε, τόσο το καλύτερο.

Ψυχογραφικά στοιχεία: Αξίες, ενδιαφέροντα, τρόπος ζωής, στάσεις. Τι τους παρακινεί; Ποια είναι τα σημεία που τους προβληματίζουν;

Συμπεριφορά αγοράς: Πώς λαμβάνουν αποφάσεις αγοράς; Είναι παρορμητικοί αγοραστές ή κάνουν εκτενή έρευνα; Πού αναζητούν πληροφορίες;

Ανάγκες και προκλήσεις: Ποια προβλήματα προσπαθούν να λύσουν; Πώς μπορεί το προϊόν/υπηρεσία σας να τους βοηθήσει;

## 2. Ορίστε τη μοναδική σας πρόταση πώλησης :

Τι κάνει το προϊόν/υπηρεσία σας διαφορετικό και καλύτερο από τον ανταγωνισμό;

Εστιάστε στα βασικά οφέλη, όχι μόνο στα χαρακτηριστικά.

Γιατί ένας πελάτης να επιλέξει εσάς αντί για κάποιον άλλο; Αυτό πρέπει να είναι σαφές και πειστικό.

## 3. Ορίστε σαφείς στόχους και στόχους πωλήσεων :

Συγκεκριμένο: Αντί για «αύξηση πωλήσεων», στοχεύστε στην «αύξηση πωλήσεων κατά 15% στο τρίτο τρίμηνο».

Μετρήσιμο: Παρακολουθήστε την πρόοδό σας, ώστε να γνωρίζετε τι λειτουργεί και τι όχι.

Εφικτό: Θέστε ρεαλιστικούς στόχους με βάση τους πόρους σας και τις συνθήκες της αγοράς.

Σχετικό: Ευθυγραμμίστε τους στόχους πωλήσεών σας με τους συνολικούς επιχειρηματικούς σας στόχους.

Χρονικά περιορισμένο: Θέστε προθεσμίες για την επίτευξη των στόχων σας.

# Πώς να αναπτύξετε στρατηγικές πωλήσεων



## 4. Επιλέξτε τα σωστά κανάλια πωλήσεων :

Εσωτερικές Πωλήσεις: Ομάδες πωλήσεων που εργάζονται από γραφείο, συχνά χρησιμοποιώντας τηλέφωνο και email.

Εξωτερικές Πωλήσεις: Εκπρόσωποι πωλήσεων που συναντώνται με τους πελάτες αυτοπροσώπως.

Διαδικτυακές Πωλήσεις: Ιστότοποι ηλεκτρονικού εμπορίου, διαδικτυακές αγορές, πωλήσεις μέσω κοινωνικών δικτύων.

Συνεργασίες: Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις για την προσέγγιση νέων πελατών.

Λάβετε υπόψη το κοινό-στόχο σας: Πού ξοδεύουν τον χρόνο τους; Ποια κανάλια είναι πιο αποτελεσματικά για την προσέγγισή τους;

## 5. Αναπτύξτε μια διαδικασία πωλήσεων :

Αναζήτηση υποψήφιων πελατών: Εντοπισμός και αξιολόγηση πιθανών πελατών.

Δημιουργία υποψήφιων πελατών: Προσέλκυση πιθανών πελατών μέσω προσπαθειών μάρκετινγκ.

Αξιολόγηση: Προσδιορισμός της καταλληλότητας ενός υποψήφιου πελάτη για το προϊόν/υπηρεσία σας.

Παρουσίαση/Επίδειξη: Παρουσίαση του προϊόντος/υπηρεσίας σας και των πλεονεκτημάτων του.

Χειρισμός αντιρρήσεων: Αντιμετώπιση ανησυχιών και ερωτήσεων πελατών.

Ολοκλήρωση: Εξασφάλιση της πώλησης.

Παρακολούθηση: Οικοδόμηση σχέσεων με τους πελάτες και ενθάρρυνση επαναλαμβανόμενων πελατών.

Δείτε



<https://www.clari.com/blog/sales-strategy/>

# Πιστή πελατειακή βάση

Μια πελατειακή βάση είναι η ομάδα πελατών που εξυπηρετεί μια επιχείρηση. Είναι ένα πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο για κάθε επιχείρηση, καθώς αντιπροσωπεύει μια πηγή εσόδων και δυνατότητες ανάπτυξης. Η βελτίωση της πελατειακής σας βάσης έχει να κάνει με την αύξηση του αριθμού των πιστών και συνδεδεμένων πελατών που έχετε και την εύρεση τρόπων για να κάνετε τις εμπειρίες τους με την επωνυμία σας αξιόλογες.



## Τύποι πελατών



Η πελατειακή βάση μιας επιχείρησης μπορεί να αποτελείται από διαφορετικούς τύπους πελατών, όπως π.χ.:

- **Νέοι πελάτες** : Αυτοί είναι πελάτες που άρχισαν πρόσφατα να συνεργάζονται με την εταιρεία. Είναι σημαντικοί για την ανάπτυξη, καθώς αποτελούν μια πιθανή πηγή νέων εσόδων..
- **Πιθανοί πελάτες** : Πρόκειται για άτομα που δεν έχουν ακόμη αγοράσει από την επιχείρηση, αλλά ενδέχεται να ενδιαφέρονται να το κάνουν στο μέλλον. Είναι σημαντικό να εντοπιστούν και να στοχεύσουν, καθώς αποτελούν μια πιθανή πηγή εσόδων..
- **Πιστοί πελάτες** : Αυτοί είναι πελάτες που εργάζονται στην επιχείρηση για μεγάλο χρονικό διάστημα και αγοράζουν επανειλημμένα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της. Συχνά είναι οι πιο πολύτιμοι πελάτες, καθώς είναι πιθανό να δημιουργήσουν επαναλαμβανόμενες επισκέψεις και να παραπέμψουν νέους πελάτες.

## Συμβουλές

- Παρέχετε εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών. Αυτό είναι ένα από τα πιο σημαντικά πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να χτίσετε την αφοσίωση των πελατών.
- Βεβαιωθείτε ότι οι πελάτες σας είναι ευχαριστημένοι με την εμπειρία τους και είναι πιο πιθανό να παραμείνουν μαζί σας.
- Προσφέρετε προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Οι πελάτες είναι πιο πιθανό να είναι πιστοί σε μια επιχείρηση που προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες τους.
- Χτίστε σχέσεις με τους πελάτες σας γνωρίζοντάς τους και κάνοντάς τους να αισθάνονται ότι τους εκτιμάτε. Αυτό θα σας βοηθήσει να δημιουργήσετε ένα αίσθημα κοινότητας και να ενθαρρύνετε την επανάληψη των πελατών.
- Χρησιμοποιήστε δεδομένα για να παρακολουθείτε τη συμπεριφορά των πελατών και να εντοπίζετε τάσεις. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να σας βοηθήσουν να κατανοήσετε τους πελάτες σας, καθώς και να βελτιώσετε τις προσπάθειες μάρκετινγκ και πωλήσεων.
- Διατηρήστε τους πελάτες σας αφοσιωμένους επικοινωνώντας τακτικά μαζί τους και παρέχοντάς τους πολύτιμο περιεχόμενο. Αυτό θα σας βοηθήσει να διατηρήσετε το ενδιαφέρον τους για την επιχείρησή σας.



# Διαδικτυακά εργαλεία

Αν θέλετε να αξιοποιήσετε διαδικτυακά εργαλεία για να δημιουργήσετε και να διατηρήσετε την πελατειακή σας βάση, λάβετε υπόψη τους ακόλουθους διαφορετικούς τύπους:

- **Συστήματα Διαχείρισης Σχέσεων με Πελάτες (CRM)**

Τι κάνουν: Τα CRM αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της διαχείρισης πελατειακής βάσης.

Συγκεντρώνουν όλα τα δεδομένα των πελατών σας (στοιχεία επικοινωνίας, αλληλεπιδράσεις, ιστορικό αγορών, προτιμήσεις κ.λπ.) σε ένα μέρος, γεγονός που σας επιτρέπει να εξατομικεύετε τις αλληλεπιδράσεις, να παρακολουθείτε την πρόοδο και να εντοπίζετε ευκαιρίες.

Δημοφιλείς επιλογές : [Salesforce](#), [HubSpot CRM](#), [Zoho CRM](#), [Pipedrive](#)

- **Εργαλεία ανατροφοδότησης πελατών**

Τι κάνουν: Αυτά τα εργαλεία σας βοηθούν να συλλέξετε πολύτιμες πληροφορίες από τους πελάτες σας μέσω ερευνών, φορμών σχολίων και αξιολογήσεων.

Δημοφιλείς επιλογές : [SurveyMonkey](#), [Qualtrics](#), [Hotjar](#), [Trustpilot](#)

- **Πλατφόρμες αυτοματοποίησης μάρκετινγκ**

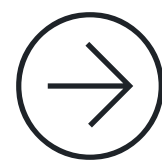
Τι κάνουν: Αυτά τα εργαλεία αυτοματοποιούν επαναλαμβανόμενες εργασίες μάρκετινγκ, όπως καμπάνιες μέσω email, δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και καλλιέργεια υποψήφιων πελατών.

Δημοφιλείς επιλογές. : [HubSpot](#), [Marketo](#), [Mailchimp](#), [ActiveCampaign](#)





# Σύνοψη Κεφαλαίου



Σε αυτό το Κεφάλαιο μάθατε τα βασικά βήματα για τον τρόπο ανάπτυξης ενός επιχειρηματικού σχεδίου, το οποίο είναι κρίσιμο για την επιτυχία της επιχείρησης. Περιγράφει την επιχειρηματική σας ιδέα, τους στόχους και τις στρατηγικές σας. Μάθατε επίσης για τη σημασία της διεξαγωγής έρευνας αγοράς και της ανάλυσης του ανταγωνισμού σας, η οποία βοηθά στην κατανόηση του τοπίου της αγοράς και παρέχει πληροφορίες για τις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τις τάσεις των πελατών, επιτρέποντάς σας να προσαρμόσετε τα προϊόντα και τις προσπάθειες μάρκετινγκ σας ανάλογα.



## Αναφορές

- <https://rockcontent.com/blog/customer-base-definition/>
- <https://www.zendesk.com/blog/grow-customer-base/>
- <https://landingi.com/social-media-marketing/small-businesses/>
- <https://www.wordstream.com/social-media-marketing>
- <https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-strategy/>
- <https://www.zendesk.com/blog/sales-strategy/>
- <https://kylas.io/sales-effectiveness/small-business-sales-strategy>
- <https://www.forcemanager.com/blog/sales-strategy-plan/>
- <https://study.com/academy/lesson/customer-base-definition-lesson-quiz.html#:~:text=A%20customer%20base%20is%20simply,have%20already%20purchased%20your%20computers.>
- <https://www.pipedrive.com/en/blog/customer-base>