

מכון ציגלמן

אסטרטגיה * שיווק * ליווי עסקי

כיצד לגלות כי מתחרה חדר אל הלקוח 'שלנו'?

ישראל ציגלמן

שימור הלקוח הוא אחד היעדים החשובים של מחלקת מכירות. נהוג לומר כי שימור של לקוח קיים עולה כחמישית המחיר של השגת לקוח חדש.

כדי לשמר לקוח, איש המכירות נוהג לבחון, מעת לעת, כי הלקוח הוא עדיין שלו. אך, קורה לעתים כי הוא מגלה לפתע שהלקוח לא חוזר ורוכש אצלו, אלא הוא רוכש את המוצר שהוצע לו דווקא מאת ספק מתחרה.

רק קשר חברי טוב עם עובדי הלקוח יכול להביא לכך כי הלקוח יספר לאיש המכירות מראש כי הוא עומד לרכוש מוצר מקביל מאת ספק מתחרה. אך, כיצד ניתן היה לכאורה לדעת כי הלקוח "ברח" קודם לכן, במקרה הרגיל, כאשר אין עמו דווקא קשר חברי טוב?

ובכן, נראה כי ניתן לנקוט בשתי פעולות: ראשית, צריך לשאול את הלקוח מראש, בכל פרק זמן מסוים, אם יש לו דרישות נוספות. ושנית, צריך להסתכל איזו אריזה של המוצר היא זרוקה בסביבתו של הלקוח, או איזה מוצר נמצא בשימוש אצלו.

דוגמה לכך גילינו בענף של כלי העבודה, כמו כרסמים הנמכרים ללקוחות תעשייתיים. כלי העבודה האלו מותקנים על מכונת הייצור של הלקוח שהוא לדוגמה מפעל מתכת. איש המכירות של חברה אשר חששה מחדירת מתחרה אל לקוח שלה, נהג לבדוק איזו אריזה של כלי עבודה זרוקה על שולחנו של העובד הכרסם וכן איזה כלי עבודה הוא מותקן על המכונה של אותו כרסם.

כך, היה לו הרבה יותר קל להגיב ברגע שהוא גילה חדירה של כלי עבודה מתחרה אל הלקוח שלו.

ישראל ציגלמן, הוא מנכ"ל מכון ציגלמן israel@ziegelman.co.il

תגיות: מכון ציגלמן, ישראל ציגלמן, שיווק