



چک لیست CRU مارکتینگ

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

تحلیل مشتریان فعلی:



بررسی تاریخچه خرید مشتریان
تحلیل رفتار خرید تکراری
شناسایی مشتریان VIP
بررسی مشتریان غیرفعال

بخش بندی مشتریان (Segmentation):



دسته بندی بر اساس میزان خرید
دسته بندی بر اساس رفتار
دسته بندی بر اساس ارزش مالی
دسته بندی بر اساس میزان تعامل

طراحی تجربه پس از خرید:



ارسال پیام تشکر بعد از خرید
ارائه راهنمای استفاده محصول
پیگیری رضایت مشتری
ایجاد ارتباط پس از خرید

سیستم وفادارسازی مشتری:

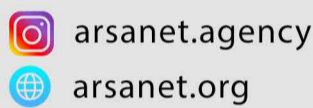


باشگاه مشتریان
سیستم امتیازدهی
تخفیف های ویژه مشتریان قدیمی
جوایز خرید تکراری

ایمیل مارکتینگ CRU:



ایمیل خوش آمدگویی
ایمیل آموزش محصول
ایمیل پیشنهاد خرید مجدد
ایمیل مناسبت ها و تخفیف ها



آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency



چک لیست CRU مارکتینگ

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

افزایش فروش (Upsell):



پیشنهاد نسخه حرفه ای تر
ارتقای پلن یا محصول
پیشنهاد بسته های پیشرفته تر
نمایش مزایای نسخه گران تر

فروش مکمل (Cross-Sell):



پیشنهاد محصولات مرتبط
پیشنهاد لوازم جانبی
باندل محصولات مکمل
پیشنهاد ترکیبی هوشمند

جلوگیری از ریزش مشتری (Churn Control):



شناسایی مشتریان غیرفعال
ارسال پیشنهاد بازگشت
تحلیل کاهش تعامل
ارائه تخفیف بازگشتی

شخصی سازی ارتباطات:



پیشنهاد بر اساس خرید قبلی
پیام های اختصاصی برای هر مشتری
محتوای شخصی سازی شده
پیشنهاد زمان بندی شده

تحلیل و بهینه سازی CRU:



بررسی نرخ خرید مجدد
تحلیل ارزش طول عمر مشتری
بررسی نرخ ریزش مشتری
بهینه سازی کمپین های نگهداشت



آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency

