

Neden Müşteri Segmentasyonu Yapmalısınız?

Yeni müşteriler edinmenin, mevcut müşterileri elde tutmaktan beş kat daha pahalı olduğunu biliyor muydunuz?

Mevcut müşterilerin yeni bir ürününüzü deneme olasılığının % 31 ve harcama olasılığının % 50 daha yüksek olduğunu biliyor muydunuz?

Bu rakamlar şu anda müşterilerinizi geri dönmeye ve sizinle daha fazla iş yapmaya teşvik eden bir sadakat programınız olsun ya da olmasın, başarılı bir müşteri sadakat programının önemini ve etkisini açıkça göstermektedir.

Müşteri Segmentasyon Nedir?

Müşteri segmentasyonu, pazarlama performansınızı büyük ölçüde arttıracak bir iş analizi tekniğidir. Müşterilerinizi anlamak için etkin bir yaklaşım, onları farklı gruplara ayırmaktır.

Binlerce bireysel kişi veya şirket için ürünleri anlamaya ve geliştirmeye çalışmak yerine, çabalarımızı temel müşterilerimizi temsil eden birkaç farklı gruba odaklayabiliriz bu, daha büyük bir etkiye sahip olacak daha bilinçli ve hedeflenmiş kararlar almamızı sağlar.

Kısacası ağaçları değil ormanı görmemizi sağlar.

İdeal müşterinizin kim olduğunu bilmek, size büyümeyi ölçeklendirmeniz için temel sağlar.

Uygun olmayan insanlara zaman kaybetmeyi bırakmanıza ve bunun yerine sunduklarınızdan en fazla değeri alacaklara odaklanmanıza olanak tanır.

Gelir getiren müşteri sayısı, işletmenin etkileşimde bulunduğu toplam müşterilerden çok daha az olacaktır bu nedenle, her işletme için gelir yaratma alanlarını anlamak, analiz etmek ve tahmin etmek çok önemlidir.