

[نواوری‌های خلاقانه]

از تخت‌آویز جمع‌شونده تا برنامه‌های کاربردی موبایل

🕒 هر هفته در این ستون دو سه نمونه از تازه‌ترین محصولات فناورانه که خلاقیت در تولید آنها نقش محوری داشته است را معرفی می‌کنیم.



مترجم: نادیا زکالوند

دانش

🕒 وسیله خواب عالی برای سفرهای برون شهری

تخت‌آویز (ننو یا بانوج) وسیله‌ای عالی برای استراحت و یک خواب راحت در فضای سبز بیرون از خانه و محیط‌های جنگلی است. اخیرا یکی از شرکت‌های تولیدکننده تخت‌آویز و دیگر وسایل مسافرتی، تخت‌آویزی تولید کرده که میان بهترین نواوری‌های خلاقانه ۲۰۲۱ قرار گرفته است. این تخت‌آویز از موادی تولید شده که بسیار سبک است و آن را برای ماجراجویی‌های برون شهری عالی می‌کند. همچنین این تخت‌آویز را می‌توان به راحتی جمع کرد و به صورت یک کوله‌پشتی درآورد و با خود حمل کرد. سازندگان این تخت‌آویز می‌گویند برپا کردن این تخت‌آویز مانند جمع کردن آن هم آسان و بدون دردسر است. این تخت‌آویز به یک توری زیپ‌دار هم مجهز است که از فرد در برابر حشرات محافظت می‌کند. موقع بستن توری، باز هم آفت‌در داخل تخت‌آویز جاست که فرد بتواند روی آن به راحتی بنشیند.

🕒 ورزش در خانه با بالاترین فناوری



وسایل ورزشی و بدنسازی را که تاکنون از آنها استفاده می‌کردید کاملا فراموش کنید، زیرا ابزار ورزشی تونال (Tonal) برای بدنسازی به کمک تان می‌آید. این ابزار، خود را با هر حرکتی که انجام می‌دهید تنظیم کرده و در انجام دادن صحیح حرکات به شما کمک می‌کند. تونال، مقدار قدرت بدنی‌تان را محاسبه می‌کند و یک برنامه ورزشی مناسب برایتان در نظر می‌گیرد. در این برنامه ماهیچه‌هایی از بدن‌تان را در نظر می‌گیرد که به تمرین بیشتر نیاز دارد. همچنین این ابزار ورزشی به برنامه موبایلی مجهز است که با استفاده از آن می‌توانید پیشرفت‌تان را در تمرین‌ها ردیابی کنید و اگر لازم دانستید برخی از برنامه‌های ورزشی‌تان را به دلخواه تغییر دهید. همچنین می‌توانید برنامه‌های ورزشی مورد علاقه‌تان را از میان برنامه‌های از پیش تعیین شده، انتخاب یا نوع حرکات و تعداد تمرین‌ها را خودتان تنظیم کنید.

🕒 تشخیص پیامک‌های مهم



برای تماس گیرنده‌های متفاوت می‌توان زنگ تلفن خاصی در نظر گرفت اما این امکان برای پیامک‌ها وجود ندارد و زنگ هشدار تمام پیامک‌ها یکسان است. اخیرا برنامه موبایلی طراحی شده است که با آن می‌توان پیامک‌ها را از یکدیگر متمایز کرد. این برنامه با نام بازبل (BuzzBell) یک پلتفرم پیام‌گذاری است که به شما اجازه می‌دهد برای پیامک‌های ارسالی‌تان ارزش‌گذاری کنید و با استفاده از صدای آن متوجه شوید کدام یک مهم و ضروری و کدام‌ها اهمیت خاصی ندارد. مثلا می‌توانید برای پیام‌هایی که برایتان نسبتا مهم است، صدای زنگ بگذارید و برای آنهایی که مهم نیست، صدایی در حد صدای ویدئو (لرزش) اختصاص دهید. البته حالت دیگری هم است که در آن صدای فردی که هشدار ارسال پیامکی ضروری را می‌دهد، شنیده می‌شود. شنیدن صدای هر حالت هم حتی با وجود قرار گرفتن تلفن همراه روی حالت سکوت (سایلنت) امکان‌پذیر است. این اپلیکیشن با استفاده از فناوری تبدیل متن به صوت کار می‌کند. در ضمن پیامک‌هایی که خواننده نمی‌شود به ایمیل فرد ارسال می‌شود. / منبع: Time 🕒

برگزاری الکامپ ۱۴۰۰ بازم به تعویق افتاد

بیست و ششمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (ایران الکامپ ۱۴۰۰) قرار بود از ۲۷ تا ۳۰ بهمن‌ماه جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شود اما طبق شنیده‌ها، به دلیل شیوع موج جدیدی از سویه کرونا (اومیکرون) این نمایشگاه در زمان اعلام شده، برگزار نخواهد شد. این برای چندمین بار است که در دو سال اخیر، برگزاری نمایشگاه الکامپ به تعویق می‌افتد. / مهر



فورد به دنبال ساخت خودروهای دنده‌ای بدون کلاچ

پرونده‌های ثبت اختراع جدید از شرکت فورد، طرحی را برای نوع جدیدی از جعبه دنده دستی نشان می‌دهد که فقط از ورودی‌های دستی استفاده می‌کند و برای جابه‌جایی و تغییر دنده نیازی به پدال کلاچ ندارد. بدین ترتیب وقتی راننده شروع به جابه‌جایی و تعویض دنده می‌کند، مازول کلاچ به طور خودکار عمل می‌کند و پس از اتمام تعویض دنده، کلاچ دوباره درگیر می‌شود. / ایسنا



استفاده از برخی راهکارهای ساده می‌تواند مشتری را به مشتری وفادار تبدیل کند

حفظ مشتری به ۲۵ روش مؤثر



عسل اخویان طهرانی

دانش

🕒 مشتریانی که خریدهای مکرر انجام می‌دهند و به عبارت دیگر مشتری‌های وفادار هستند، هزینه‌هایی را که کسب‌وکاران برای بازاریابی و تبلیغات متحمل می‌شود، کاهش می‌دهند. با مشتریان همیشگی می‌توانید به راحتی هر محصول یا خدمات جدیدی را که به پیشنهادهای خود اضافه

معرفی می‌کند باید انگیزه خاصی وجود داشته باشد؛ این یعنی فقط درصد تخفیف در نظر گرفتن چندان جذاب نیست! گاهی تخصیص مبلغی نقدی به مشتریان انگیزه بیشتری می‌دهد تا سایت و صفحات اجتماعی کسب‌وکاران را با دوستان و خانواده خود به اشتراک بگذارند.

🕒 **کارت تشکر دست‌نویس برای مشتریان بفروشید؛** این موضوع را به ویژه برای مشتریانی که از حدی بیشتر خرید کرده‌اند حتما در نظر بگیرید. روابط در دنیای امروزی خیلی کلی و غیرشخصی شده و همین موضوع باعث می‌شود که بسیاری از افراد به تجربیات شخصی‌سازی شده نسبت به تجربیات خودکار اهمیت دهند. بر اساس نتایج پژوهش‌ها ۷۷ درصد از مشتریان وقتی کسب‌وکارها قدر دانی خود را به آنها نشان می‌دهند حس خوبی نسبت به خریدشان پیدا می‌کنند.

🕒 **تجربه جعبه‌گشایی؛** فراموش‌نشدنی ایجاد کنید؛ در روش بسته‌بندی محصولات خود حتما باید تجربه جعبه‌گشایی برای مشتری هیجان‌انگیز باشد. بسته‌بندی سطح بالا و ممتاز ارزش دریافت‌شده از برند و محصول شما را افزایش می‌دهد و درک درست‌تر از مفهومی که بر اساس آن کسب‌وکاران را شکل داده‌اید به مشتریان منتقل می‌کند.

🕒 **ساز و کار مرجوعی خود را منعطف کنید؛** بسیاری از خریداران نگران خرید کردن هستند و حتی گاهی ترجیح می‌دهند خرید نکنند چون قوانین بازگشت کالا را غیرقابل انعطاف و پردرسمی دانند. با اجرای یک ساز و کار مرجوعی که به اندازه کافی انعطاف‌پذیر است تا افراد را به خرید یا خیال راحت تشویق کند، از این نکته به نفع خود استفاده کنید.

🕒 **خبرنامه یا ایمیل‌هایی در مورد برنامه‌های ویژه؛** خبرنامه را برای همه مشتریان به ویژه مشتریانی که مدتی است خرید نکرده‌اند، ارسال کنید. برای مثال، من لذت می‌برم که بستنی فروشی مورد علاقه‌ام هر ماه پیامکی در مورد طعم جدید بستنی که به منو اضافه کرده است می‌فرستد و حتی گاهی پیشنهادهای ویژه‌ای مانند کد تخفیف برای تشویق به خرید ارسال می‌کند.

🕒 **بر اساس علاقه‌مندی مشتریان به آنها محصول پیشنهاد کنید؛** می‌توانید براساس الگوی خرید مشتریان‌تان به آنها محصولات مشابه یا با

کیفیت بالاتر پیشنهاد دهید. روش‌های فروش مختلفی را برای ارائه بهترین محصولی که می‌تواند مشکل مشتری را حل کند می‌توانید در پلتفرم‌تان به کار ببرید. مطمئن باشید که مشتری از این که در انتخاب بهتر برای خرید کمکش کرده‌اید تا بهترین خدمات و محصول را متناسب با نیازش ارائه دهید خوشحال خواهد شد و با احتمال زیادی برای خریدهای بعدی هم باز می‌گردد.

🕒 **به مشتریان امکان خرید آنلاین کارت هدیه را ارائه دهید؛** کسب و کار آنلاین موجود خود را با فناوری گره بزنید و راه را برای آشناسدن افراد بیشتری که ممکن است حتی از کسب‌وکاران خبر نداشته باشند با پیشنهاد خرید کارت هدیه برای مناسبت‌های مختلف باز کنید. به این ترتیب مشتریان کنونی شما در فرآیند خوشحال کردن عزیزانشان نه تنها انتخاب راحت‌تر و مطمئن‌تر خواهند داشت، سفیری برای تبلیغ کسب‌وکاران نیز می‌شوند.

🕒 **مناسبت‌های خاص را در نظر داشته باشید؛** در دنیای خودکار امروز، پیگیری تاریخ تولد مشتریان‌تان آسان است. برای مثال، ارسال یک کارت تبریک تولد برای خریداری که لباس عروسی‌اش را از شما خریده است، شگفت‌انگیز خواهد بود و قطعا حس خوبی که از تجربه خرید از شما به دست آورده است به سایر اطرافیانش که ممکن است در شرف ازدواج باشند انتقال خواهد داد. به چنین مناسبت‌های خاصی توجه داشته باشید و از آنها برای تعمیق روابط خود با مشتریان استفاده کنید.

🕒 **نمونه‌های رایگان بدهید زیرا آنها حس وفاداری به برند را ایجاد می‌کنند؛** فرستادن نمونه رایگان از محصولات جدید برای مشتریان‌تان حتی کسانی که مدت طولانی است از شما خرید نکرده‌اند می‌تواند حس خوشایند و تشویق‌کننده‌ای برای خرید ایجاد کند. چنین اقدام ساده‌ای باعث می‌شود به عنوان یک برند معتبر که به مشتریان خود اهمیت می‌دهد متمایز شوید.

🕒 **محصولات را سریع تحویل دهید؛** بر اساس نتایج نظرسنجی‌ها ۶۳ درصد از خریداران آنلاین میانگین زمان تحویل سه روز را انتظار دارند. می‌توانید با تحویل سریع خریدها و دستیابی به این میانگین، مشتریان را مشتری دائمی خود تبدیل کنید. با این راهکار به برندی تبدیل می‌شوید که وقتی افراد به دنبال دسترسی

آنها برای بازگرداندن مشتریان به سمت خرید مجدد استفاده می‌کنید. به همین دلیل می‌خواهیم ۲۵ روشی را که اثرگذاری خوبی برای تبدیل شدن مشتریان اولیه به مشتریان همیشگی دارد به صورت مختصر و مفید مرور کنیم تا از این به بعد بیشتر حواستان به این ظرفیت پربازده نهفته در کسب‌وکاران باشد.

برگرفته از: Entrepreneur.com

تبدیل مشتریان به مشتریان خاص بر اساس میزان خریدی که داشته‌اند ایجاد کنید و پیشنهادهای هیجان‌انگیزی مانند محصولات رایگان یا کد تخفیف ویژه بر این مطمئن باشید که مشتری از این که در انتخاب بهتر برای خرید کمکش کرده‌اید تا بهترین خدمات و محصول را متناسب با نیازش ارائه دهید خوشحال خواهد شد و با احتمال زیادی برای خریدهای بعدی هم باز می‌گردد.

🕒 **وب‌سایت، صفحه فیس‌بوک و سایر منابع آنلاین خود را به طور منظم با محتوای تازه به‌روز کنید؛** فضا و جریانات اینترنت هر روز تغییر می‌کند. احتمالا خودتان هم قبول دارید که در این دنیای پر تغییر و جنب‌وجوش صرفا «حضور آنلاین» کافی نیست، زیرا افراد دامنه توجه کوتاهی دارند. مطمئن شوید که صفحات وب شما به طور منظم با تصاویر، پست‌ها و ویدئوهای جدید به‌روز می‌شوند.

🕒 **نظرات مشتریان راضی را به نمایش بگذارید؛** بر اساس یک مطالعه، ۹۰ درصد از مردم به توصیه‌های دوستان و خانواده اعتماد دارند. اگر کسی ببیند که دیگران از محصول و خدمات شما راضی هستند، احتمال این که آنها نیز از شما خرید کنند بیشتر خواهد شد. محتوای تولیدشده توسط کاربران روشی قدرتمند برای جلب وفاداری مشتری و در عین حال کاهش بودجه بازاریابی است.

🕒 **داستان اقتاع‌کننده‌ای از برندتان بگویید؛** همه مشتریان ترجیح می‌دهند با شرکت‌هایی تعامل داشته باشند و خرید کنند که ارزش‌های آنها را منعکس می‌کند. بنابراین داستان برند شما باید برای جذب و نگهداری مشتریان به اندازه کافی قوی و قانع‌کننده باشد. برای مثال، اگر به مشتریان بگویید که در محصولات خود فقط از مواد ارگانیک استفاده می‌کنید، احتمالا مشتریان مادام‌العمری را به دست خواهید آورد که ارگانیک بودن مواد اولیه برایشان اهمیت دارد.

🕒 **یادآوری خرید را به موقع ارسال کنید؛** در موردی که شما محصولاتی را می‌فروشید که انتظار می‌رود مشتری به صورت دوره‌ای مجدداً به آن نیاز داشته باشد، چند روز به زمانی که کالاهایی که خریداری کرده‌اند رو به اتمام است، پیامی برای آنها ارسال کنید. برای مثال، اگر سیستم ردیابی فروش خودکار به شما می‌گوید مشتری خاصی ماهیانه پوشک بچه می‌خرد، به او در روز بیست و پنجم، درست قبل از تمام شدن محصولی که دارد، یادآوری کنید دوباره آن را خریداری کند. آن شخص با کمال میل بارها و بارها از شما خرید خواهد کرد.

🕒 **به مشتریان فعلی دسترسی زودهنگام به محصولات جدید**

خود بدهید؛ زمانی که یک محصول جدید در آستانه ورود به بازار است، به مشتریان فعلی خود فرصتی برای خرید آن محصول قبل از این که در دسترس دیگران باشد، بدهید. پیش‌فروش هم فرصت خوبی برای کسب و کار شماست و هم مشتریان زمانی که برای اولین بار به محصول جدید شما دسترسی پیدا می‌کنند احساس ارزشمندی خواهند داشت. 🕒

🕒 **هر ۳۰ روز یک بار مشتریان‌تان را پیگیری کنید؛** با ارسال پیام تمرکز بر مشتریانی که خرید مکرر دارند و اطمینان از رضایت بهترین راه برای تقویت روش تبلیغات دهان به دهان بدون نیاز به صرف هزینه اضافی برای بازاریابی است.

🕒 **برنامه‌ای برای باشگاه مشتریان داشته باشید؛** برنامه‌هایی برای