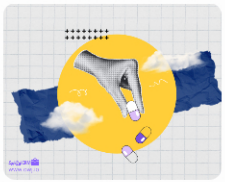


نرم افزار باشگاه مشتریان برای داروخانه | بررسی و معرفی

خلاصه مقاله: چرا باشگاه مشتریان برای داروخانه لازم است؟ در عصری که مشتریان به تجربه‌ی خود از یک کسب و کار اهمیت زیادی می‌دهند، اجرای برنامه‌ای که بتواند شما را از مجموعه‌های دیگر مجزا کند، اهمیت زیادی دارد. اگر مشتری بداند که شما او را کاملا می‌شناسید و بهترین پیشنهاد را...

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۸/۱۸
آخرین بروز رسانی

۷ دقیقه
زمان مطالعه

دمو
قیمت
پشتیبانی

شاید این طور به نظر برسد که فروش در مجموعه‌های خاص مثل مراکز سلامت محور یا داروخانه‌ها محدود است و افزایش آن ممکن نیست. اما امروزه داروخانه‌ها، از مراکز تحویل دارو به مجوعه‌های کامل‌تری از محصولات مختلف آرایشی، بهداشتی، مکمل و دارویی تبدیل شده‌اند که با استفاده از راه‌حل‌های نوآورانه می‌توان فروش در آن‌ها را بدون هیچ محدودیتی افزایش داد.

وفاداری مشتریان در حوزه داروخانه اهمیت ویژه‌ای دارد زیرا بخش بزرگی از مشتریان شامل بیماران همیشگی هستند که این گروه نه‌تنها خریدهایی با ارزش بالا انجام می‌دهند و معمولاً از یک داروخانه ثابت خرید می‌کنند، بلکه بیشترین سهم را در فروش داروهای بدون نسخه دارند، جایی که شما می‌توانید استراتژی‌های تاثیرگذار خود برای افزایش فروش را پیاده‌سازی کنید. یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های افزایش فروش راه اندازی کاستومر کلاب یا باشگاه مشتریان شماست.

چک‌لیست شروع CRM

به صورت رایگان، فایل اکسل چک لیست بازاریابی درونگرا را با یک کلیک دریافت کنید.

دانلود فایل

جستجو

فهرست مطالب

- چرا باشگاه مشتریان برای داروخانه لازم است؟
- باشگاه مشتریان چیست؟
- مزایای باشگاه مشتریان در داروخانه‌ها
- معرفی بهترین مدل باشگاه مشتریان برای داروخ...
- تفاوت باشگاه مشتریان مستقل و باشگاه مشتریا...
- راهنمای راه اندازی باشگاه مشتریان برای داروخانه

اشتراک گذاری

چرا باشگاه مشتریان برای داروخانه لازم است؟

در عصری که مشتریان به تجربه‌ی خود از یک کسب و کار اهمیت زیادی می‌دهند، اجرای برنامه‌ای که بتواند شما را از مجموعه‌های دیگر مجزا کند، اهمیت زیادی دارد. اگر مشتری بداند که شما او را کاملا می‌شناسید و بهترین پیشنهاد را به او ارائه می‌دهید، وفاداری او نسبت به شما کاملا تضمین خواهد شد.

باشگاه مشتریان چیست؟

باشگاه مشتریان سیستمی است که در کسب و کارهای مختلف با هدف اصلی افزایش فروش از طریق جلب بیشتر رضایت مشتری پیاده‌سازی می‌شود. این سیستم با استراتژی ارائه‌ی تجربه‌ای منحصر به فرد یا پاداش‌های مختلف(مثل تخفیف یا محصول رایگان) سعی می‌کند نرخ حفظ مشتری را بالاتر ببرد و مشتری را به انجام خرید بیشتر تشویق کند. باشگاه‌های مشتریان معمولا در بستر پلتفرم‌های مختلف مثل نرم‌افزار مدیریت مشتری اجرا می‌شوند.

اهمیت باشگاه مشتریان در داروخانه‌ها

امروزه سود اصلی داروخانه‌ها معمولاً از فروش دارو نیست بلکه از محصولات جانبی با حاشیه سود بالاتر تامین می‌شود. اگر کمپین‌های وفادارسازی در باشگاه‌های مشتریان با دقت خاص و به صورت صحیح اجرا شوند می‌توان به مشتریان داروخانه این احساس را القا کرد که مجموعه کاملا آن‌ها را می‌شناسد و بهترین پیشنهادات را برای آن‌ها در نظر می‌گیرد. یادآوری هوشمندانه درباره موجودی‌ها، تخفیف‌ها و... به داروخانه‌ها کمک می‌کند ارتباطی مداوم و بدون نقص با مشتریان نسخه‌ای خود نیز برقرار کنند.

مزایای باشگاه مشتریان در داروخانه‌ها

همین حالا که شما مشغول خواندن این مطلب هستید، باشگاه‌های مشتریان نه تنها در داروخانه‌ها بلکه در طیف وسیعی از حوزه‌های دیگری که با مشتری سر و کار دارند مورد استفاده کسب و کارهای پیشرو قرار می‌گیرند. مزایای این سیستم به طور کلی به قدری برآورد شده است که ارزش سرمایه‌گذاری را داشته باشد. در ادامه چند نمونه از این مزایا را بررسی می‌کنیم:

۱. تکرار خرید

افزایش طول عمر مشتری با استفاده از تشویق به تکرار خرید مهم‌ترین هدفی است که هر مجموعه‌ای می‌تواند با استفاده از باشگاه مشتریان به آن دست پیدا کند. به عنوان مثال با اجرای برنامه‌های پاداش دهی، وقتی مشتری برای هر خرید امتیاز یا تخفیف بعدی می‌گیرد، ذهن او طبق اصل پاداش فوری الگویی خاص پیدا می‌کند که احتمال مراجعه مجدد او را ۲ تا ۳ برابر افزایش می‌دهد. داروخانه‌ها می‌توانند کمپین‌های «یادآوری امتیاز» را برای تحریک خرید مجدد اجرا کنند.

۲. افزایش فروش محصولات غیر دارویی

داروهای اصلی معمولا با کنترل قیمتی توسط سازمان غذا و دارو حاشیه سود محدودی دارند اما محصولات آرایشی، بهداشتی، مکمل‌ها و حتی محصولات مادر و کودک می‌توانند سود بسیار بالاتری برای داروخانه‌ها داشته باشند. البته به دلیل رقابت بالا فروش این محصولات نیز می‌تواند چالش برانگیز باشد.

باشگاه مشتریان داده‌های رفتاری مشتری‌ها را جمع می‌کند و کمپین‌های ایمیلی یا پیامکی هوشمند بر اساس سابقه خرید مشتری طراحی می‌کند که با محتواهای آموزشی می‌تواند اعتماد مشتریان را جلب کند. با ترکیب این کمپین‌ها با پاداش‌هایی مثل تخفیف بیشتر، نرخ فروش محصولات خاص می‌تواند به راحتی بالاتر رود.

۳. جمع‌آوری داده‌ها

بدون دسترسی به داده‌های صحیح، داروخانه نمی‌داند کدام دسته از محصولات فروش بیشتری دارند، رفتار مشتریان چگونه تغییر می‌کند و کدام برنامه‌های وفاداری تاثیرگذاری بیشتری داشته اند. در واقع بدون استفاده از اطلاعات ثبت شده در باشگاه مشتریان، داروخانه مشتریان خود را کاملا نمی‌شناسد و نمی‌داند چگونه باید با آن‌ها رفتار کند.

علاوه بر این، با بهره مندی از اطلاعات باشگاه می‌توان روند مصرف فصلی یا محصولات پرفروش را پیش‌بینی کرد و از انباشت بیش از حد یا کمبود کالا جلوگیری کرد.

۴. تمایز رقابتی

دارو خانه‌ها می‌توانند با استفاده از موارد گفته شده بین مشتریان منحصربه‌فردتر عمل کنند و به انتخاب اول بسیاری از مخاطبان خود تبدیل شوند. باشگاه مشتریان می‌تواند به پلتفرمی برای خلاقیت در ارتباط با مشتریان برای داروخانه شما تبدیل شود به عنوان مثال یکی از راهکارهای تاثیرگذاری بیشتر تعاملات با استفاده از باشگاه مشتریان کمپین مدیریت سلامت یا یادآوری محصول است.

مدیریت سلامت مشتریان با یادآوری

تصور کنید همیشه و به صورت دوره‌ای داروی خاصی را از یک داروخانه‌ی بخصوص خریداری می‌کنید. چه اتفاقی می‌افتد اگر داروخانه با محاسبه‌ی زمان تقریبی تمام شدن دارو به شما برای خرید مجدد آن یادآوری ارسال کند؟ مسلما احساس نزدیکی بیشتری با این مجموعه پیدا می‌کنید و اگر مشکلی وجود نداشته باشد همیشه به خرید از این داروخانه ادامه می‌دهید. حتی ممکن است با شرح تجربه‌ی مثبت خود برای دوستانتان به معرفی این داروخانه نیز کمک کنید.

معرفی بهترین مدل باشگاه مشتریان برای داروخانه

باشگاه مشتریان زمانی واقعاً ارزشمند می‌شود که بر بستر نرم‌افزار جامع‌تری اجرا شود و با استفاده از تمام داده‌های کسب و کار بتواند به دید بهتری از مشتریان دست پیدا کند.

- نرم‌افزار CRM سیستمی است که به داروخانه دید ۳۶۰ درجه از هر مشتری می‌دهد و تمام داده‌های فروش، نسخه، تعاملات و امتیازها را در یک پروفایل زنده و قابل‌تحلیل جمع‌آوری می‌کند. همچنین با ویژگی‌هایی مثل اتوماسیون‌سازی به تنظیم تعاملات به موقع و بدون خطا به داروخانه‌ها کمک می‌کند. بدون سی آر ام باشگاه مشتریان شما فقط یک سیستم امتیاز دهی خواهد بود که نیاز به مدیریت دستی خواهد داشت.
- CRM امکان تقسیم بندی خودکار مشتریان را بر اساس رفتار و نیازشان فراهم می‌کند؛ مثل بیماران نسخه ای، مشتریان محصولات آرایشی یا تقسیم بندی بر اساس سن و لوکیشن . سپس می‌توان برای هر گروه برنامه‌های امتیازدهی، تخفیف، یادآوری خرید یا محتوای خاص تعریف کرد.

تفاوت باشگاه مشتریان مستقل و باشگاه مشتریان CRM در داروخانه‌ها

ویژگی‌ها	باشگاه مشتریان مستقل	باشگاه مشتریان سی آر ام
داده‌ها	محدود به تراکنش و امتیاز ، بدون اتصال به نسخه یا تاریخچه خرید	دید ۳۶۰ درجه از مشتری با یکپارچه‌سازی با POS، سیستم نسخه‌دهی، فاکتور و...
پیشنهادات و پاداش‌ها	فقط بر اساس مجموع خرید یا امتیاز	بر اساس تاریخچه دقیق، دسته‌بندی، نیاز دارویی و الگوی خرید هر مشتری
ارتباطات و ارسال پیام	دستی یا نیمه‌خودکار	امکان خودکارسازی بر اساس زمان، رفتار و نوع مشتری
گزارش‌گیری	محدود به آمار عضویت و میزان امتیاز مصرفی	گزارش‌های تحلیلی از ارزش طول عمر مشتری، نرخ بازگشت، ریزش، عملکرد کمپین و رفتار مشتریان
تقسیم بندی مشتریان	بر اساس پارامترهای ساده (سن، جنس، میزان خرید)	بر اساس رفتار خرید، نوع محصول، دوره مصرف، و ترجیحات برند
تأثیر بر فروش	اثر کوتاه‌مدت از طریق تخفیف و تشویق مالی	اثر پایدار با افزایش وفاداری، تکرار خرید و Cross-Selling هدفمند
امکان توسعه	محدود و وابسته	مقیاس‌پذیر و قابل اتصال به سیستم‌های نسخه، سفارش آنلاین و ماژول‌های مختلف

راهنمای راه اندازی باشگاه مشتریان برای داروخانه

برای بهره مندی بیشتر از باشگاه مشتریان خود لازم است مراحل زیر را به ترتیب طی کنید تا بتوانید طبق برنامه به اهداف مورد نظر خود برسید:

تعیین هدف دقیق

چرا به این تیجه رسیدید که باشگاه مشتریان می‌تواند به داروخانه شما کمک کند و چگونه می‌تواند این ماموریت را انجام دهد؟

اهداف شما از راه اندازی باشگاه مشتریان داروخانه می‌تواند افزایش فروش و نرخ بازگشت مشتری، ارتقا رضایت مشتری و حتی تبدیل مشتریان به حامیان برند شما باشد. آن‌ها را به صورت کمی یا کیفی تعیین کنید.

همچنین لازم است قبل از راه اندازی پرسونای دقیق مشتریان خود را بشناسید و آن‌ها را تقسیم بندی کنید مثلا می‌توانید جدولی مثل جدول زیر برای مشتریان خود ترسم کنید:

پرسونا	ویژگی‌ها	نیاز اصلی
بیماران همیشگی با نسخه	خرید منظم دارو	اطمینان از موجودی و یادآوری مصرف
مشتریان مکمل‌های تغذیه ای	آگاه و علاقه به برندهای خاص	تخفیف و مشاوره علمی
مشتریان محصولات آرایشی و بهداشتی	امکان خرید احساسی	ارتباط و توصیه محصول بر پایه اعتماد
مادران	خریدهای متنوع	کیفیت و موجودی کامل

پیشنهاد ویژه
نرم‌افزار CRM اوج ابری را رایگان تجربه کنید.
شروع رایگان CRM

طراحی پیشنهادات جذاب

حالا باید بررسی کنید که چه چیزی، برای چه کسی، در چه زمانی، از چه کانالی ارائه شود تا به اهداف گفته شده برسید. ساختار برنامه‌های وفاداری در باشگاه مشتریان می‌تاند امتیازدهی، تخفیف، برنامه‌های سطح بندی شده یا قرعه کشی و اهدای هدیه به مشتریان وفادار باشد پیشنهادات اصلی به مشتریان داروخانه می‌تواند یک یا چند مورد از موارد زیر باشد:

- اعتبار خرید بعدی: بعد از هر خرید، درصدی از مبلغ به عنوان اعتبار یا امتیاز ذخیره شود.
- امتیاز دوبرابر برای محصولات خاص: مناسب برای کالاهای پر سود یا جدید
- بسته ترکیبی: مثلاً با خرید ضدآفتاب، کرم مرطوب‌کننده با ۵۰٪ امتیاز اضافه
- پیشنهاد شخصی‌سازی شده: براساس سابقه خرید هر مشتری، مثلاً مکمل ویتامین D شما احتمالا در حال اتمام است، با ۳۰ درصد تخفیف، همین حالا آن را دریافت کنید.
- پاداش معرفی دوستان یا برنامه ارجاعی: هر مشتری که مشتری جدیدی را معرفی کند، امتیاز ویژه‌ای خواهد گرفت.
- بازگرداندن مشتریان غیرفعال: ارسال پیام "۳۰هزار تومان اعتبار خرید مکمل‌های خارجی فقط تا آخر هفته."

آموزش پرسنل و یکپارچه‌سازی فرآیندهای داروخانه

برای اطمینان از اینکه همه‌ی کارکنان از نسخه پیچ تا صندوق و مشاور محصول درک مشترک و هماهنگ از باشگاه مشتریان دارند و ادغام سیستم در فرآیندهای روزمره داروخانه آموزش پرسنل و یکپارچه‌سازی باشگاه مشتریان با سیستم‌ها و ابزارهای دیگر مورد استفاده شما ضروری است. البته با خرید سامانه CRM و استفاده از پکیج آموزش نرم‌افزار سی آر ام، شرکت‌های ارائه دهنده‌ی حرفه‌ای در این مرحله به شما کمک زیادی خواهند کرد.

نحوه ثبت یا عضویت مشتری در باشگاه، ثبت خریدها و امتیازات در سیستم و فعال کردن پاداش یا تخفیف در فاکتور را به پرسنل خود آموزش دهید و با توضیح دقیق اهداف استراتژیک به پذیرش بهتر سیستم توسط کارکنان کمک کنید.

بیشتر بخوانید
انواع مدل‌های باشگاه مشتریان | راهنمای کامل انتخاب بهترین مدل - اوج ابری

اطلاع رسانی و جذب اولیه

مشتریان خود را تقسیم بندی کنید و با طراحی یک پیام ساده، واضح و در عین حال جذاب باشگاه مشتریان خود را به آنان معرفی کنید. کانال‌های ارتباط با مشتریان در داروخانه می‌تواند شامل نصب پوستر و بنر روی پیشخوان، طراحی کارت عضویت، توضیح شفاهی توسط پرسنل هنگام خرید، شبکه‌های اجتماعی، سایت یا اپلیکیشن شما و یا ارسال پیامک به مشتریانی که شماره تماس آنان را قبلا دریافت کرده‌اید باشد.

همچنینی می‌توانید با طراحی مشوق‌های اولیه مثل تخفیف اولین خرید، نرخ عضویت در باشگاه مشتریان را بالاتر ببرید.

تحلیل نتایج و بهبود باشگاه مشتریان داروخانه

بعد از گذشتن از مراحل گفته شده، باشگاه مشتریان شما به صورت رسمی شروع به کار خواهد کرد اما لازم است برای دستیابی به نتایج بهتر به صورت دوره‌ای داده‌های موجود را تحلیل کنید و به بهبود چالش‌ها بپردازید. بررسی رفتار مشتری از طریق ارزیابی نحوه پاسخ‌دهی آنان به برنامه‌های وفادارسازی در باشگاه مشتریان، مستقیما به بهینه‌سازی برنامه‌ها و پیشنهادات کمک می‌کند.

با انتخاب یک سیستم یکپارچه مثل CRM اوج ابری که بتواند پاسخ گوی تمام نیازهای کسب و کارشما، از مدیریت مشتری و افزایش فروش تا انبارداری کالا و مدیریت منابع انسانی باشد، سرعت و کیفیت بالا در انجام تمام فعالیت‌های خود را تجربه کنید.

همین حالا می‌توانید با استفاده از نسخه‌ی رایگان اوج ابری عمیقا درک کنید که سی آر ام چیست و تمام امکانات آن از جمله باشگاه مشتریان را از نزدیک مشاهده کنید.

دریافت PDF

پی دی اف این مقاله را می توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

دانلود PDF

سوالات متداول

▼ باشگاه مشتریان داروخانه چیست؟
باشگاه مشتریان داروخانه سیستمی است که برای حفظ مشتریان و افزایش فروش در داروخانه‌ها طراحی شده است وبا ثبت اطلاعات خرید، ارسال پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده و ارائه پاداش یا تخفیف، مشتریان را به خریدهای مکرر تشویق می‌کند.

◄ تفاوت باشگاه مشتریان مستقل و باشگاه مشتریان مبتنی بر CRM چیست؟
◄ چگونه می‌توان عملکرد باشگاه مشتریان داروخانه را ارزیابی کرد؟
◄ هزینه راه‌اندازی نرم‌افزار باشگاه مشتریان برای داروخانه چقدر است؟

سوالات متداول

اگر پاسخ سوالتان را در بخش سوالات متداول پیدا نکردید، می‌توانید با تیم پشتیبانی ما تماس بگیرید.

- کنفرانس تصویری اوج ابری و Google Meet چه تفاوتی در کاربرد دارند؟
- از نظر کیفیت صدا و تصویر، کدام گزینه عملکرد بهتری دارد؟
- آیا برای استفاده از کنفرانس اوج نیاز به نصب نرم‌افزار است؟
- از نظر امنیت و حفظ داده، چه تفاوتی وجود دارد؟
- کدام گزینه برای جلسات سازمانی مناسب‌تر است؟
- در برقراری ارتباط تصویری، تفاوتی در سرعت اتصال وجود دارد؟
- آیا امکان اشتراک‌گذاری صفحه در کنفرانس اوج وجود دارد؟
- کدام سرویس از نظر هزینه استفاده به‌صرفه‌تر است؟
- آیا کنفرانس اوج از مرورگرهای مختلف پشتیبانی می‌کند؟
- آیا کنفرانس اوج می‌تواند جایگزین Google Meet در سازمان‌ها باشد؟

صبا ضعیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه‌مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده‌سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن‌ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه‌ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه‌ای که در این راه همراهم شده است تلاش می‌کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم‌گیری‌های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.

نظرات کاربران

نام

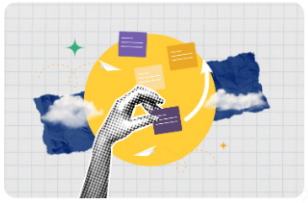
ایمیل

دیدگاه *

ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می‌نویسم.

فرستادن دیدگاه

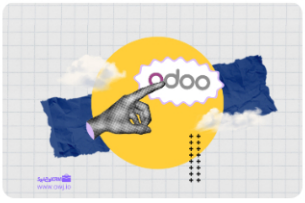
مقالات پیشنهادی



CRM ۱۴ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۸/۱۳

بهترین نرم‌افزارهای CRM در سال ۲۰۲۵ با نظر متخصصان

خلاصه مقاله:بهترین نرم افزارهای CRM ایرانی و بین‌المللی اجازه دهید بی‌مقدمه برویم سر اصل مطلب و لیست بهترین نرم افزار CRM را در اختیارتان بگذارید. در ...



Odoo ERP ۸ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۷/۲۷

خرید و قیمت Odoo در ایران | راهنمای کامل

خلاصه مقاله:تا به حال چند بار نام نرم‌افزارهای قدرتمند مختلف مثل Odoo به گوشتان خورده است؟ حتما شما هم به دنبال بهترین گزینه‌ها برای رشد و ...

باشگاه مشتریان ۸ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۷/۲۶

نرم‌افزار باشگاه مشتریان برای فروشگاه فرش | ویژگی‌ها

خلاصه مقاله:صنعت فرش ایران، با تمام اصالت و ارزش فرهنگی خود امروزه در دوره‌ای حساس قرار گرفته است. البته نه به‌دلیل کاهش کیفیت یا از بین ...

با ما در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط باشید.

ماژول‌ها و امکانات

- مخاطبین
- معاملات
- پشتیبانی
- کارمندان
- ساعت کارکرد
- مدیریت فروش
- مشاهده تمام ماژول‌ها

CRM برای مشاغل

- شرکت های بیمه
- آژانس‌های مسافرتی
- بنگاه‌های معاملاتی
- شرکت های بازرگانی
- رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها
- سالن‌ها و کلینیک‌های زیبایی
- مشاهده CRM برای شغل شما

منابع و راهنما

- مقالات
- کتاب‌ها
- ویدیوها
- مقایسه‌ها
- آکادمی اوج
- CRM چیست
- وبینار

شرکت

- پشتیبانی
- تماس با ما
- مشاوره رایگان
- درباره اوج ابری
- توافق نامه
- قوانین و مقررات
- سیاست حریم خصوصی

راه‌های ارتباطی

مشهد، دستغیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲

ایمیل: info@amootsoft.com

شماره تماس: ۰۵۱-۳۱۷۷۷۰۰۰

Copyright ۲۰۲۰-۲۰۲۵ © تمامی حقوق و طرح قالب متعلق به شرکت داده پردازی آموت می‌باشد – شهریور ماه – ۱۴۰۴ (۱.۱.۸)