

通过客户感言获取 更多潜在用户



2020.03.24

当我们能够达到并超过客户的期望，我们就可以请他们帮助我们写评论作为案例分享给新的客户。

这些感言和评论是很宝贵的，因为相比较我们的营销内容和销售人员，潜在客户会更信任我们现有客户给出的诚实的意见。

获得客户感言的目标是什么？

客户推荐的目标是**创造更多潜在客户**，同时**建立客户关系**。为了做到这一点，客户服务和营销团队需要利用积极的评论作为获取工具，这有助于吸引和转换有价值的leads。

但是，**转化不应该是我们唯一的目标**。事实上，如果优先考虑转化而不是**客户体验**，这将很难产生积极的评价。如果没有正面的评论，我们就没有任何内容可以吸引新的潜在客户。

相反，团队应该把重点放在更小的目标上，这些目标会引导我们产生更多的客户。下面是一些例子。

1. 建立客户关系

在请客户帮我们写感言前，我们应该先和他們先建立一个好的互动。他们可能是我们的老客户，也可能是经常帮到宣传我们公司的人。但是，在要求评估之前，一定要和他们交流，以发展相互间的融洽关系。

虽然我们可能已经通过提供优秀的产品和服务赢得了他们的信任，但要求回报是有点不同的。如果我们和客户之前还没有一个良好的对话，突然要求对方写感言会显得很尴尬。相反，如果我们经常与那些对我们感兴趣的客户打交道，你会发现有很多机会让他们对我们的品牌进行评价。

2. 改善客户体验

这个目标相对明确。改善客户体验，就能让更多的人满意，并收集到更多客户感言。

但是，在这一点上，与客户**持续的**互动是非常重要的，因为只有28%的积极的客户体验会留下评论。而不论体验如何，只有50%的人在被要求时才会留下评论。

因此，如果你正在努力提高客户体验，请确保包含**收集反馈的功能**，以便获取积极的客户故事。这也是一个很好的让我们和客户开始对话的机会。

3.强调客户的成功

客户感言是展示我们了解他们需求的绝佳机会。客户的故事突出了我们是如何帮助他们成功并实现其商业目标的。这样，面临类似问题的潜在客户可以相信我们的业务可以帮助他们。

如果可能，尝试选择一个最能代表我们目标受众的客户故事。这将帮助我们吸引更多的观众，他们都有类似的需求。

4. 了解客户旅程

虽然市场营销和客户服务团队经常关注负面反馈，**但仍然有很多东西需要从正面的评论中学习**。正面的反馈会告诉我们哪些地方做得对，哪些地方不应该改变。

客户感言是深入了解客户成功的故事。它们演示了理想的客户旅程是什么样的，以及我们应该对新客户实施哪些策略。**理解客户旅程将帮助我们复制客户的成功**，并为未来积累良好的口碑感言。

5. 建立品牌知名度

我们要理解客户的评价会影响品牌声誉，所以我们必须监测这些评价。如果可能的话，鼓励团队标识出有潜力为我们写正面感言的客户。

8种使用客户推荐的方法

1. 适用社交认同

这是个很强大的方法。找出10个最赚钱的客户，悉心维系与他们的关系，并明确询问他们从与我们的合作中得到了什么。然后，弄清楚如何将这些故事加工成客户感言或案例研究，向潜在的未来客户展示这些例子。

社交认同是关于群体的力量——所以确保我们有很多不同的快乐、满意的客户的例子，可以在社交媒体、网站和活动上分享这些事例。

2. 使用视觉内容

还有什么比那些满意的客户所写的文字更吸引人的呢？——**视频内容**。

投资拍摄最有热情的那些客户的感言，制作成视频在网站和社交媒体上播放时很有说服力的。

3. 关注有形影响

第三方对我们品牌的验证是向别人展示你知道自己在做什么的好方法，但要确保这些话术不是含糊不清的。最有效的评价是具体的，指的是产品或服务对业务结果的具体影响，所以要问客户具体的问题，以得到我们想要的
具体答案。

4. 尽可能地突出内容。

如果你有一个特别引人注目的案例研究，把它们链接到你的网站、电子邮件签名和所有的社交媒体资料中。**尽可能多地放到潜在客户能看到的地方。**

5. 让推荐感言值得信赖。

推荐感言的一个问题是，即使它们听起来很好，但是其真实性无法得到验证。

我们可以通过确保获取的感言可以追溯到留下感言的具体客户来以此来建立更多的信任。不太会真的有人去联系他们，但是这个可追溯行为可能会对购买决定产生巨大的影响。

6. 为不同的角色度身定制感言

客户感言是为了展示其成功，所以很多潜在客户会从和他们自身情况相似的客户那里寻找成功案例。

从这个角度思考，我们就应该区别不同特征/类型的客户，让他们的话术分别去吸引不同的潜在客户群。

7. 公开演讲

我们甚至可以把一个好的客户的成功故事变成一场演讲或在会议、活动上分享出来。这个故事比销售的单方面宣传更有效。

8. 突出最合适的客户

如果我们有用户是知名人士、来自知名品牌，或者是行业的KOL等，那么可以突出展示他们的评价，这样更有影响力。也可以考虑把那些满意度最高的客户作为我们的主要目标客户群，这样更容易通过感言提高业绩。



Thank You!