Studio
Shodwe

Fizan Akbar

160

Business

Customer Journey

www.xportgrow.com
fizan@xportgrow.com
Whatsapp: +923008711667

SABIT USA. CBI

CBI
Ministry of Foreign Affairs
of the Netherlands

Mia Muhammad Khalil
Chairman
+923216111213

Ikram Ul-Haq
President SCCI

Fizan Akbar
Chairman
+923008711667

Overview

Customer Journey

- About Me
- Awareness
- Interest
- Consideration
- Decision
- Purchase

WHAT IS LEAD

لیڈ (Lead) کیا ہے؟
لیڈ ایک ایسا شخص، کمپنی، یا تنظیم ہوتی ہے جس نے آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی ظاہر کی ہو، لیکن ابھی خریدار نہیں بنی ہو۔
سادہ الفاظ میں:
جب کوئی فرد آپ کی آفر، اشتہار، ویب سائٹ، یا سوشل میڈیا پر کچھ دلچسپی ظاہر کرتا ہے — جیسے کہ فارم بھرنا، واٹس ایپ میسج بھیجنا، یا کال کرنا — تو وہ "لیڈ" کہلاتا ہے۔
مثال:
اگر آپ واٹس ایپ پر ایک اشتہار بھیجتے ہیں اور کوئی آپ سے پراڈکٹ کی قیمت پوچھتا ہے، تو وہ آپ کی ایک لیڈ ہے۔

WHERE DO LEADS COME FROM? / WHERE CAN I GET LEADS?

1. SEARCH ENGINES
2. COMPANY WEBSITES
3. TRADE FAIRS
4. SOCIAL MEDIA
5. SOFTWARE
6. SEO TOOL
7. EMBASSIES
8. ASSOCIATIONS
9. CHAMBER OF COMMERCE
10. PAID LEADS LISTS
11. TRDAE DIRECTORIES
12. conferences
13. Webinars
14. Content marketing
15. Referral programs
16. LinkedIn
17. Email marketing
18. Influence partnership

AWARENESS

Email Marketing

1. ذاتی نوعیت کا پیغام بھیجیں (Personalized Outreach)

عام یا تیار شدہ پیغامات نہ بھیجیں۔
لیڈ کی کمپنی، اس کے بزنس یا حالیہ سرگرمیوں کے بارے میں تحقیق کریں اور پیغام کو اسی کے مطابق ترتیب دیں۔
ان کے نام اور کمپنی کا نام پیغام میں استعمال کریں تاکہ انہیں لگے کہ وہ محض "ایک لیڈ" نہیں بلکہ ایک اہم فرد ہیں۔

AWARENESS

CLEAR AND CONCISE MESSAGE

2. پیغام کو مختصر اور واضح رکھیں (Clear and Concise Message)

پیغام چھوٹا، سادہ اور سمجھنے میں آسان ہو۔

شروع میں ہی بتائیں کہ آپ کون ہیں اور کیوں رابطہ کر رہے ہیں۔

واضح طور پر اپنا مقصد بیان کریں:

کیا آپ کال چاہتے ہیں؟

مزید معلومات بھیجنا چاہتے ہیں؟

کوئی مخصوص سوال کا جواب چاہتے ہیں؟

Offer Value

3. قابلِ قدر چیز پیش کریں (Offer Value)

اپنے ابتدائی رابطے میں لیڈ کو کچھ فائدہ دیں تاکہ وہ دلچسپی محسوس کرے۔

یہ فائدہ کچھ بھی ہو سکتا ہے:

ایک مفید مشورہ

متعلقہ کیس اسٹڈی

معلوماتی مواد

ان کے کسی مسئلے کا ممکنہ حل

- مقصد یہ ہونا چاہیے کہ خریدار کو لگے کہ آپ کا پیغام صرف سیل کا حربہ نہیں بلکہ واقعی ان کے لیے فائدہ مند ہے۔

ASK ENGAGING QUESTIONS

4. دلچسپ سوالات کریں (Ask Engaging Questions)

ایسے سوالات پوچھیں جن کا جواب صرف **"ہاں" یا "نہیں"** میں نہ دیا جا سکے۔

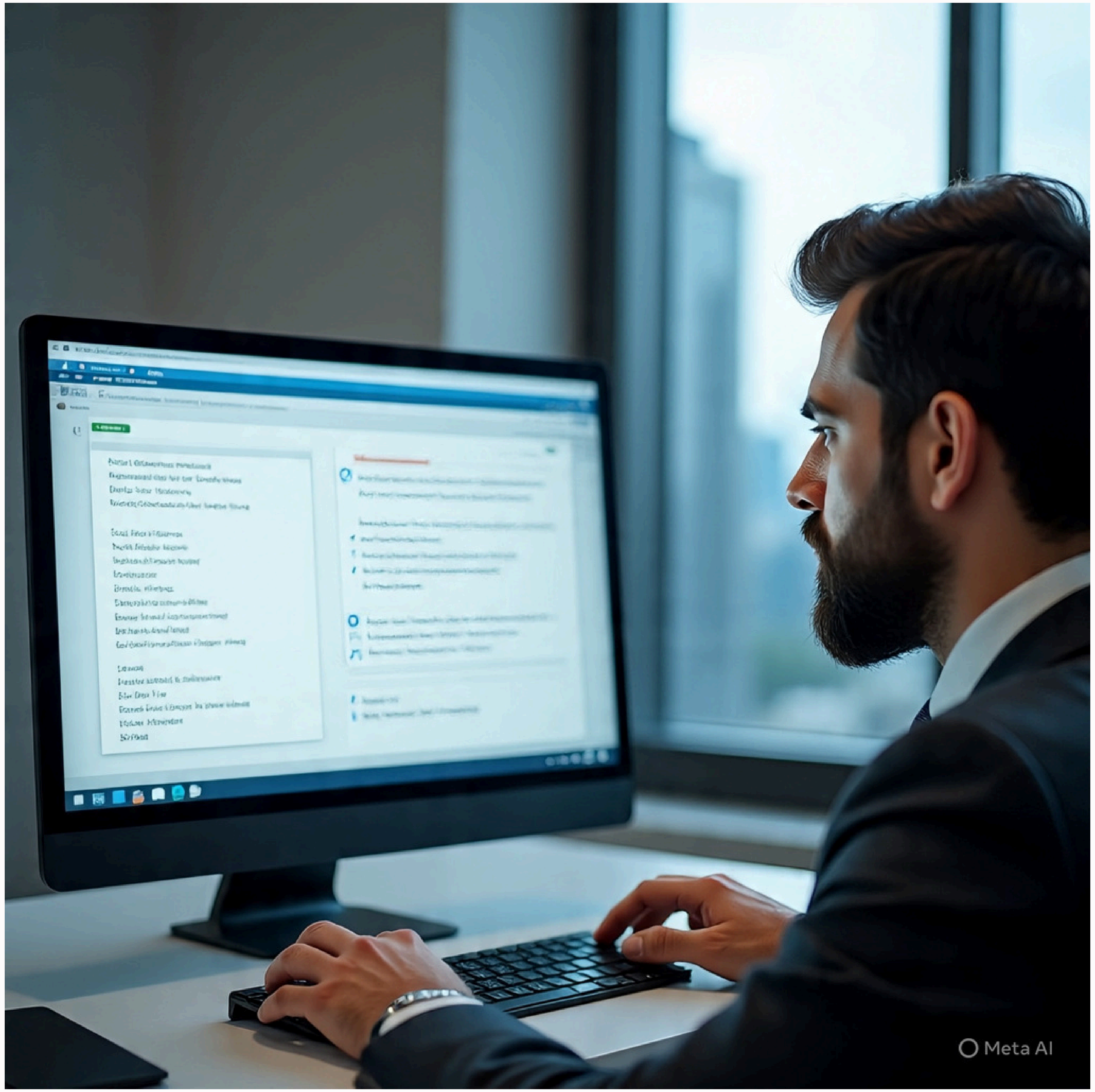
کھلے سوالات کریں جو لیڈ کو اپنے خیالات یا ضروریات بیان کرنے پر آمادہ کریں۔

💬 مثالیں:

"آپ اس وقت [متعلقہ مسئلہ] میں سب سے بڑی رکاوٹ کس چیز کو سمجھتے ہیں؟"

"کیا آپ اس سال [کسی خاص چیز] میں بہتری کے لیے کوئی خاص حکمت عملی اپنا رہے ہیں؟"

AWARENESS



UTILIZE A FOLLOW-UP STRATEGY

5. فالو اپ کی حکمت عملی بنائیں (Utilize a Follow-up Strategy)

اگر پہلے پیغام کا جواب نہ ملے تو مایوس نہ ہوں۔

ایک منظم فالو اپ پلان بنائیں (جیسے 3-2-1 فارمولہ):

3 دن بعد پہلا فالو اپ

2 ہفتے بعد دوسرا

1 مہینے بعد آخری چیک اِن

ہر فالو اپ میں کچھ نیا پیش کریں:

نئی معلومات

نیا خیال

یا مختلف زاویہ نظر

مختلف ذرائع استعمال کریں:

ای میل

لنکڈ اِن

فون کال

واٹس ایپ

AWARENESS

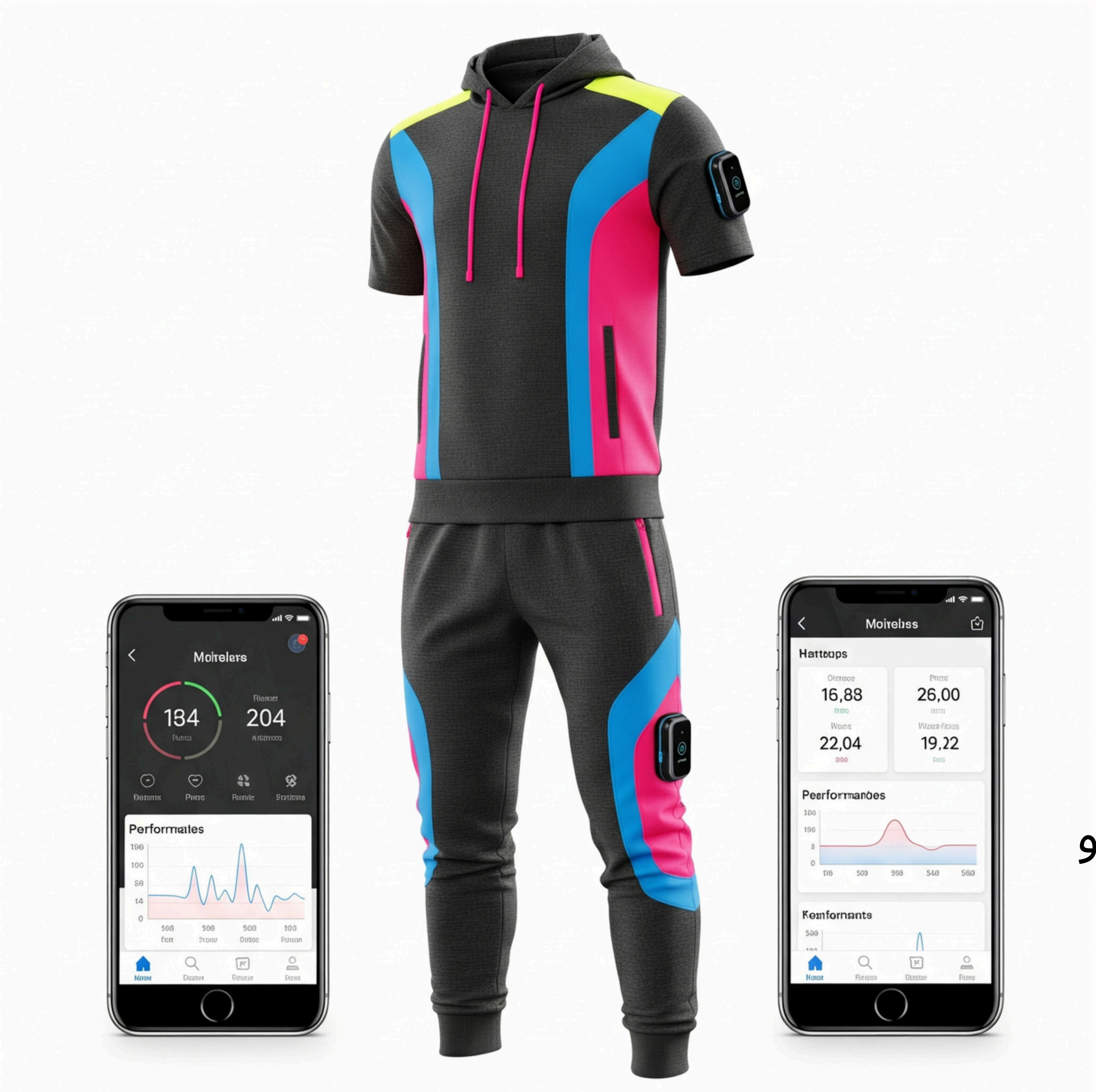
"جب لیڈ کو محسوس ہو کہ آپ
اس کی ضروریات کو سمجھ رہے
ہیں اور آپ کا رابطہ اس کے لیے
واقعی فائدہ مند ہے، تب وہ
ضرور جواب دے گا۔"

AWARENESS

CREATE
INTEREST

دلچسپی ایک ایسا مرحلہ ہے جہاں ممکنہ گاہک
(LEAD) آپ کی پروڈکٹ یا سروس کی طرف متوجہ
ہوتا ہے اور اس کے بارے میں مزید جاننے کا خواہش
مند ہوتا ہے۔ یہ "CUSTOMER JOURNEY" کا دوسرا
اہم مرحلہ ہے۔

INTEREST



1. خریدار کے مسئلے کو پہچانیں اور حل پیش کریں
اپنی بات اس مسئلے سے شروع کریں جس کا سامنا خریدار کر رہا ہے، اور بتائیں کہ آپ اس کا حل کیسے دے سکتے ہیں۔

◆ مثال:
"کیا آپ کو معیار کے ساتھ ساتھ وقت پر ڈیلیوری کا مسئلہ درپیش ہے؟ ہم ISO-certified کمپنی ہیں جو وقت پر شپمنٹ کی ضمانت دیتی ہے۔"

INTEREST

INTEREST

"USP INNOVATION AND RE-ENGINEERING"

2. اپنی پیشکش کو منفرد (Unique) بنائیں

عام آفر کی بجائے کچھ ایسا پیش کریں جو دوسروں سے مختلف ہو، جیسے:

Custom design
Free branding
Small MOQ for first order

INTEREST

INTEREST

3. ثبوت دکھائیں (Proof & Trust Elements)
دلچسپی تب بڑھتی ہے جب خریدار کو اعتماد ہو۔
اپنے سرٹیفکیٹس، پرانے کلائنٹس، یا کسی معروف نمائش میں شرکت کا حوالہ دیں۔

- مثال:

"ہم نے Medica Germany اور ISPO Munich میں شرکت کی ہے، اور یورپ، امریکہ، اور خلیج میں ایکسپورٹ کر رہے ہیں۔"

4. Visuals اور Short Videos کا استعمال کریں

تصاویر یا ویڈیوز فوری توجہ حاصل کرتی ہیں۔

WhatsApp یا Email میں 15-30 سیکنڈ کی ویڈیو یا پروڈکٹ سلائیڈز بھیجیں۔

Unboxing یا فیکٹری کی ایک جھلک بھی کارآمد ہوتی ہے۔

INTEREST

INTEREST

5. سوالات کریں جو ذہن کو متحرک کریں (Engaging Questions)

ایسے سوالات کریں جو خریدار کو سوچنے پر مجبور کریں، مثلاً:

"کیا آپ نئے سیزن کے لیے اپنی پروڈکٹ لائن میں جدت لا رہے ہیں؟"

"کیا آپ اپنی پرائیویٹ لیبل برانڈ پر کام کر رہے ہیں؟"

INTEREST

CONSIDERATION

خریدار آپ کی آفر پر کیسے غور کرتا ہے

1. قیمت (Price Competitiveness)
خریدار سب سے پہلے یہ دیکھتا ہے کہ آپ
کی قیمت مارکیٹ کے مقابلے میں
مناسب ہے یا نہیں۔
کیا قیمت value for money ہے؟
کیا کسی quantity پر رعایت ہے؟

CONSIDERATION

2. معیار (Product Quality)

کیا پروڈکٹ کا معیار اس کی قیمت کے مطابق ہے؟

کیا سرٹیفکیٹ یا client feedback دستیاب ہے؟

کیا سیمپل یا پروڈکٹ کی تفصیلات واضح ہیں؟

CONSIDERATION

3. ڈیلیوری اور وقت کا وعدہ (Delivery Time & Reliability)

خریدار دیکھتا ہے کہ آپ promised time پر
سامان فراہم کر سکتے ہیں یا نہیں۔
Lead time، shipping method اور
reliability بہت اہم فیکٹرز ہوتے ہیں۔

CONSIDERATION

CONSIDERATION

4. CUSTOMIZATION یا FLEXIBILITY

کیا آپ CUSTOM BRANDING یا SPECIAL PACKAGING آفر کر رہے ہیں؟
کیا آپ MOQ (کم از کم آرڈر) میں لچک دے رہے ہیں؟
کیا آپ مخصوص ضرورت کے مطابق چیز تیار کر سکتے ہیں؟

CONSIDERATION

5. اعتماد (TRUST & COMMUNICATION)

کیا آپ پروفیشنل انداز میں فوری جواب دے رہے ہیں؟

کیا کمپنی کا کوئی آن لائن یا بین الاقوامی وجود ہے؟

کیا ماضی کے خریدار مطمئن تھے؟

CONSIDERATION

DECISION

کسٹمر ایکسپورٹر سے خریداری کا فیصلہ کیسے کرتا ہے؟

QUALITY – PRICE – SERVICE – GUARANTEE

1. اعتماد اور ساکھ (TRUST & CREDIBILITY)
خریدار سب سے پہلے یہ دیکھتا ہے کہ کیا سپلائر قابلِ اعتماد ہے؟
کیا کمپنی کے پاس بین الاقوامی سرٹیفکیٹس (مثلاً ISO, CE) ہیں؟
کیا کمیونیکیشن پیشہ ورانہ اور شفاف ہے؟
کیا کمپنی کے پاس تجربہ یا حوالہ جات موجود ہیں؟
اعتماد، ایکسپورٹ میں کامیابی کی بنیاد ہے۔

DECISION

2. معیار اور مطابقت (PRODUCT QUALITY & COMPLIANCE)
خریدار اس بات کو یقینی بناتا ہے کہ پروڈکٹ کا معیار اس کی ضروریات
اور ملک کے معیار (STANDARDS) کے مطابق ہو۔
کیا پروڈکٹ کے مواد، فنشنگ اور سائز درست ہیں؟
کیا ٹیسٹ رپورٹس یا کوالٹی گارنٹی موجود ہے؟
اعلیٰ معیار کا مطلب بار بار آرڈر۔

DECISION

. واضح اور بروقت کمیونیکیشن (COMMUNICATION & RESPONSIVENESS)
خریدار یہ دیکھتا ہے کہ آپ کتنی تیزی اور وضاحت سے جواب دیتے ہیں۔
کیا ای میل، واٹس ایپ یا کال کا فوری اور مکمل جواب ملتا ہے؟
کیا آپ سوالات کو سمجھ کر واضح وضاحت دیتے ہیں؟
خریدار اُن سپلائرز کو پسند کرتے ہیں جو پارٹنر کی طرح بات کرتے ہیں۔

DECISION

5. ڈیلیوری، لاجسٹکس اور بعد از فروخت سروس
(DELIVERY & AFTER-SALES SUPPORT)

کسٹمر دیکھتا ہے کہ آیا آرڈر کا عمل آسان اور پیشہ ور ہوگا یا نہیں:

کیا سامان وقت پر پہنچے گا؟
کیا شپمنٹ، پیکنگ اور کاغذی کارروائی درست ہوگی؟
اگر مسئلہ ہو تو کیا سپورٹ موجود ہے؟
آسان اور بروقت ڈیلیوری = ریپیٹ آرڈرز

PURCHASE

کسٹمر کب خریداری کرتا ہے

1. ضرورت کا احساس (AWARENESS STAGE)
کسٹمر کو کسی مسئلے یا ضرورت کا ادراک ہوتا ہے، مثلاً:
"میری کمپنی کو نئے دستانوں کی ضرورت ہے"
یا
"پچھلے سپلائر نے وقت پر مال نہیں بھیجا"
یہ پہلا موقع ہوتا ہے جب وہ ممکنہ حل تلاش کرنا شروع کرتا ہے-

PURCHASE

2. معلومات کی تلاش اور تحقیق (CONSIDERATION STAGE)
کسٹمر مختلف سپلائرز، قیمتیں، معیار، اور آفرز کا موازنہ کرتا ہے۔
ویب سائٹ چیک کرتا ہے
کوٹیشن مانگتا ہے
سیمپل کی درخواست کرتا ہے
سوالات کرتا ہے
یہ مرحلہ خریداری سے پہلے کا سب سے اہم تحقیقی عمل ہوتا ہے۔

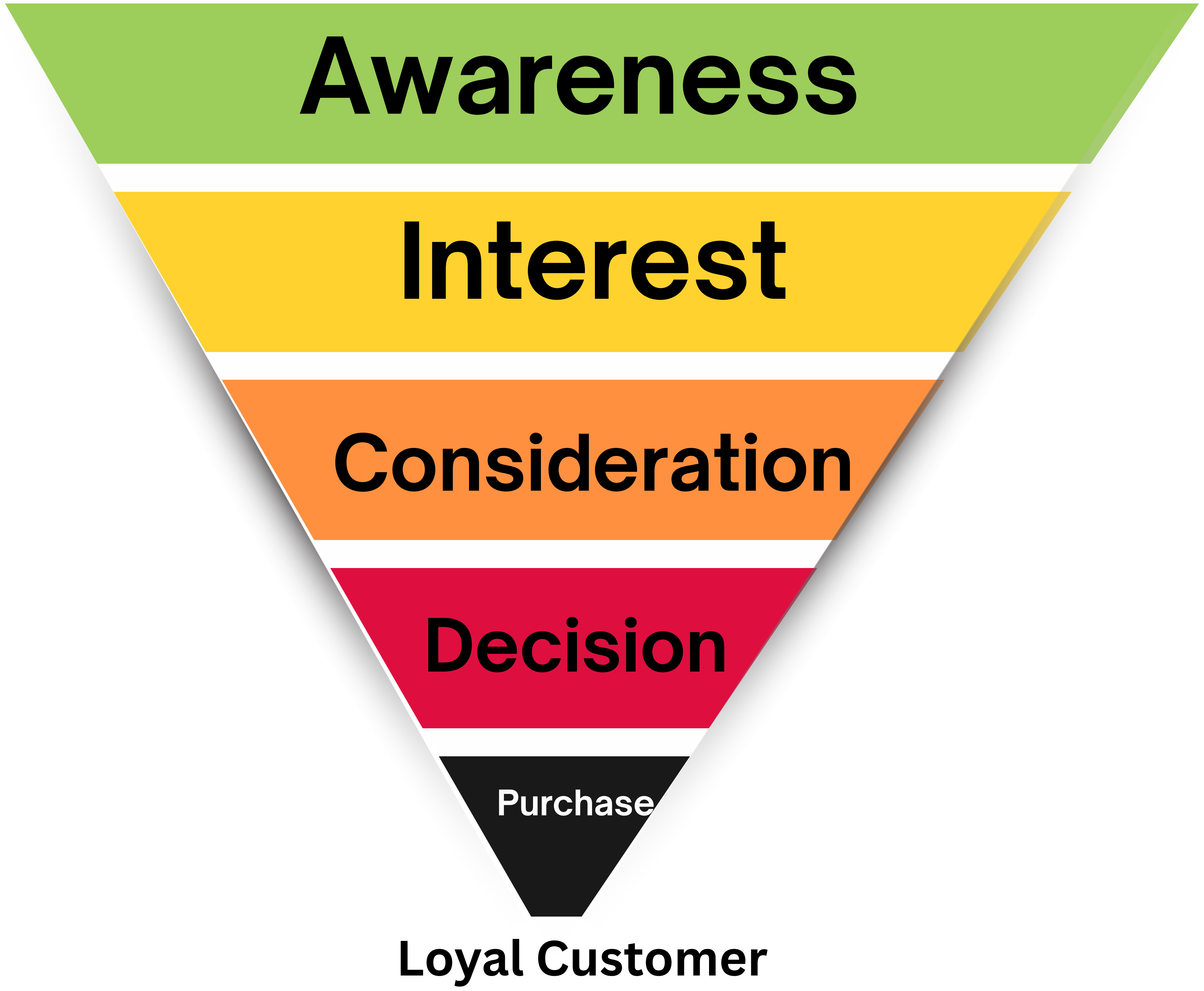
PURCHASE

3. اعتماد کی تعمیر (TRUST BUILDING)
کسٹمر اس سپلائر کی طرف مائل ہوتا ہے:
جو وقت پر جواب دے
جس کی باتیں واضح اور وعدے قابلِ بھروسا ہوں
جس کے پاس سرٹیفکیٹس، کلائنٹس یا نمائشوں کا تجربہ ہو
یہ وہ مقام ہے جہاں فیصلہ لینے سے پہلے اعتماد قائم کیا جاتا ہے۔

PURCHASE

LOYAL CUTOMER

5. خریداری کے بعد کا تجربہ (POST-PURCHASE EXPERIENCE)
اگر کسٹمر کو اچھا تجربہ ملتا ہے تو وہ:
دوبارہ آرڈر دیتا ہے
دوسروں کو ریفر کرتا ہے
لمبے عرصے کے لیے تعلق بناتا ہے
کسٹمر کا خریدنا صرف ایک آغاز ہوتا ہے، اصل کامیابی بار بار خریداری ہے۔


Awareness
Interest
Consideration
Decision
Purchase
Loyal Customer

THANK YOU

For watching this presentation

Fizan Akbar

+92 300 8711 667

fizan@xportgrow.co

www.xportgrow.com

Sialkot Pakistan

Studio Shodwe