



ایجاد تجربه لذت بخش، بهترین مزیت رقابتی

در این بازار رقابتی که خیلی از رقیبان شما بر محصولات و خدمات بهتر متمرکز شده‌اند، یکی از بهترین استراتژی‌ها برای ایجاد **مزیت رقابتی**، شکست رقیبان و افزایش فروش، ایجاد تجربه‌ای لذت بخش و متفاوت برای مشتریان است؛ حتی اگر محصولتان فرق چندانی با محصول رقیبان ندارد.

در نقاط تماس تجربه لذت بخش ایجاد کنید

منظور از خلق تجربه لذت بخش؛ ایجاد یک حس خوب در تمام نقاط ارتباط با خریدار است. در انگلیسی اصطلاحی به نام Contact Point یا نقاط ارتباطی وجود دارد. هر زمانی که خریدار به نحوی با ما یا کسب و کار ما در ارتباط است آن لحظات، Contact Point به حساب می‌آیند. خیلی مهم است که در تمام نقاط ارتباط، یک حس بسیار خوب برای مشتری ایجاد کنیم.

مثالی از نقاط ارتباط با خریدار

فرض کنید تبلیغ شما در یک مجله چاپ شده است. می‌خواهیم بررسی کنیم که چه نقاط ارتباطی بین شما (فروشنده) و مشتری وجود دارد.

وقتی فردی اتفاقی مجله‌ای را ورق می‌زند و تبلیغ شما را در آن مجله می‌بیند، دیدن تبلیغ اولین نقطه ارتباطی شما با خریدار است. شما در آن تبلیغ باید بتوانید تجربه‌ای لذت‌بخش ایجاد کنید. اگر گرافیک آن تبلیغ زیبا نباشد، فونت‌ها مناسب نباشد یا پیشنهادتان عالی نباشد، در اولین Contact Point شکست خورده‌اید و نتوانسته‌اید تجربه لذت‌بخشی را برای خریدار احتمالی به وجود آورید.

بعد از اینکه شخص تبلیغ شما را دید، احتمالاً دومین نقطه ارتباط مشتری با مجموعه شما، یک تماس تلفنی است. خریدار با شما تماس می‌گیرد که از شما سوالی بپرسد. کافی است منشی یا فروشنده شما فردی باشد که خیلی باانگیزه صحبت نمی‌کند؛ حتی اگر تبلیغتان عالی باشد، در دومین نقطه تماس تجربه نامطلوبی را خلق کرده‌اید و احتمالاً مخاطب را از دست خواهید داد.

حال فرض کنید منشی یا فروشنده عالی، خوب و باانگیزه بالا صحبت می‌کند. شخص ترغیب می‌شود که از شما خرید را انجام دهد. حال برای خرید به شرکت یا فروشگاه شما دعوت می‌شود و یا شاید شما مانند بسیاری از افراد، محصول را برای شخص ارسال می‌کنید. بنابراین سومین نقطه ارتباط با مشتری می‌تواند تحویل محصول باشد. اگر خریدار خودش به محل کار شما می‌آید، تمیزی محل کار، صندلی و... می‌تواند در تجربه خریدار تاثیر بگذارد.

فرض کنید در این نقطه ارتباط مشتری پول را واریز کند و سفارش را ثبت کند، ولی شما تا ۱۰ روز سفارش را ارسال نکنید. باز در این نقطه ارتباط چون یک تجربه نامطلوب برای مشتری ایجاد کرده‌اید ارتباط از دست می‌رود. اغلب افرادی که از فرایند خرید کاملاً راضی نباشند، درباره شما پیش دیگران بدگویی می‌کنند.

نقاط تماس را طراحی کنید

بنابراین برای خلق تجربه لذت‌بخش لازم است که در تمام نقاط ارتباط با مشتری حس خوب ایجاد کنید. ساده‌ترین روش این است که یا همکاران جلسه‌ای بگذارید و تمام نقاط ارتباط با خریداران را یادداشت کنید و به تدریج بکوشید در هر کدام از این نقاط، تجربه‌ای لذت‌بخش ایجاد کنید. یادتان باشد مردم رستورانی نمی‌روند که بهترین غذا را داشته باشد، بلکه جایی می‌روند که بهترین خاطره برایشان خلق شود!