

درس دوم - بررسی رقیبان

یکی از مهم‌ترین عوامل پیروزی در بازاریابی و فروش، بررسی و مشاهده دقیق رقیبان و عملکرد آن‌ها است. این کار معمولا به فراموشی سپرده می‌شود. شما باید سیستمی طراحی کنید تا بتوانید نسبت به عملکرد رقیبان، به سرعت عکس‌العمل نشان دهید. شما باید روش فروش آن‌ها و تغییراتی را که در بازار ایجاد می‌کنند تحت نظر داشته باشید. پس مراحل کار به این صورت است که ابتدا لیستی از تمامی رقیبان تهیه کنید و سپس قوی‌ترین و فعال‌ترین‌های آنان را انتخاب کنید. حال شاید بپرسید چگونه در مورد رقیبان اطلاعات به دست آورم؟

۱. کتاب اول را تهیه کنید. کتاب‌های مشابه کتاب اول، یکی از بهترین منابع برای یافتن اطلاعات در مورد رقیبان هستند.
۲. با یکی از مشتریان فعلی یا سابق رقیبتان مصاحبه‌ای ترتیب دهید. بدین ترتیب می‌توانید اطلاعات با ارزشی از خدمات رقیب به دست آورید.
۳. به خیابان بروید و در قالب نظرسنجی از مردم سوالاتی درمورد شرکت خودتان و رقیبان بپرسید. ببینید آیا مردم شرکت شما را می‌شناسند و همین‌طور بپرسید در زمینه کاری شما، چه شرکتی معروف‌ترین است.
۴. از رقیبان خرید کنید. این روش می‌تواند اطلاعات زیادی در اختیارتان قرار دهد. محصول آن‌ها را از نزدیک مورد بررسی قرار دهید و با بخش پشتیبانی آنان تماس بگیرید و برخورد آنان را به دقت تحت نظر قرار دهید.
۵. تمامی تبلیغات و بروشورها و مطالب چاپی رقبا را جمع‌آوری کنید و آن‌ها را در پوشه‌ای نگهداری کنید. لوگو و شعارهای رقبا را با شرکت خودتان مقایسه کنید و به طور صادقانه داورى کنید که مشتری در صورت مشاهده تبلیغ شما و رقیبتان، از کدامیک خرید خواهد کرد. اگر جواب رقیبتان است، تبلیغ خود را تغییر دهید.
۶. تمامی نشریات وابسته به کارتان را به طور مرتب تهیه کنید و تبلیغ‌ها را مورد

بررسی قرار دهید.

اگر نمی‌توانید به تنهایی از عهده جمع‌آوری اطلاعات و انجام تحقیقات برآیید، از یک مشاور بازاریابی استفاده کنید. او بسیار آسان‌تر از شما اطلاعات مورد نظر را جمع‌آوری خواهد کرد و نتایج لازم را به دست خواهد آورد.

تهیه برگه آنالیز رقیبان

پس از جمع‌آوری اطلاعات باید بتوانید از این اطلاعات برای پیروزی در رقابت استفاده کنید. ابتدا تمامی عواملی را که در فروش تاثیر دارند یادداشت کنید. مثلا خدمات پس از فروش، تبلیغات، محل فروش، قیمت، بسته‌بندی کالا، نحوه تحویل محصول، کیفیت و ... سپس این عوامل را در ستون اول یک جدول قرار دهید. در بالای صفحه اطلاعات یکی از رقیبان را بنویسید. در هر کدام از موارد اگر شرایط رقیب از شما بهتر است، کلمه **بهتر** را بنویسید. اگر شما و رقیب در شرایط مساوی قرار دارید کلمه **مساوی** را یادداشت کنید و اگر شما از رقیب بدتر هستید کلمه **بدتر** را بنویسید.

در هر کدام از موارد که بدتر از رقیبان هستید بلافاصله اقدام کنید. بر روی هر موردی که بهتر از رقیبان هستید تاکید کنید، آن موارد را در تبلیغات خود ذکر کنید و به کادر فروش خود بگویید آن مزایا را به مشتریان یادآوری کنند.

هیچ‌گاه تلاش نکنید با قیمت پایین‌تر با رقیبان مبارزه کنید، زیرا معمولا این استراتژی به شکست می‌انجامد. به جای قیمت پایین‌تر، سعی کنید بر ارزش محصول خود بیفزایید، مثلا به طور رایگان آن را تحویل دهید و برای حمل‌ونقل هزینه‌ای دریافت نکنید.



همیشه در حال بررسی رقیبان باشید و حتی در صورت پیشتاز بودن نیز رقیبان را فراموش نکنید. مطمئن باشید در جنگ بازاریابی کسی که دشمن را نادیده بگیرد، شکست خواهد خورد!