۸ نکته برای ساخت برندی برتر

کدام کارآفرین حاشیه سود بیشتر را دوست ندارد؟ البته تبدیل شدن به سازمانی برتر و درجه یک چیزی بیشتر از چسباندن برچسب‌های گران‌تر به محصولات و خوشحال رفتن تا بانک است.

ساخت کسب‌وکاری واقعا درجه یک به معنی ارائه محصولی منحصربه‌فرد و عالی است. بسیاری از صاحبان کسب‌وکارها قربانی این ایده می‌شوند که برتری و درجه یک بودن همان لوکس بودن و تبلیغ کسب‌وکار با تصاویری از اشخاص زیبا و کلمات رویایی است.

برای اینکه خود را به‌عنوان برندی برتر معرفی کنید، باید وعده چیزی را بدهید که متفاوت یا بهتر از محصول رقبا باشد و سپس به آن وعده عمل کنید.

خدمات برتر بر افراد و فرایندها متکی هستند، درحالی‌که تمایز محصولات برتر به مواد اولیه و مهارت تولید بستگی دارد.

در این قسمت به ۸ مفهوم کلیدی برای ساخت کسب‌وکاری برتر می‌پردازیم:

۱. درجه یک بودن را به ارزش‌های اصلی خود اضافه کنید

اسنادی تهیه کنید که اهداف، انگیزه‌ها و تاکتیک‌های شرکت و روش هر کارمند، فروشنده و شریک برای به تصویر کشیدن آن ارزش‌ها را مشخص کند.

۲. بر خدمات مشتریان تمرکز کنید

کسب‌وکارهای کوچک و زرنگ با توجه اختصاصی به مشتری مستعد پیشی گرفتن از رقبای بزرگ هستند. کلید موفقیت به‌عنوان یک برند برتر ایجاد و کنترل هر جنبه از تجربه مشتری است.

۳. سنجش معیارهای موفقیت

سیستمی برای سنجش خدمات مشتریان و کنترل کیفیت ایجاد کنید. هدفتان کسب ۵ از ۵ در هر حوزه باشد و مدام عملکرد خود را ارزیابی کنید. با یک ذهنیت برتر همه شرکت را هماهنگ و یکپارچه کنید.

۴. تمرکز بازاریابی و فروش خود را محدود کنید

اینکه همه این تلاش‌ها را بر بخشی از بازار متمرکز کنید که محصولتان را می‌خواهد و توان مالی خرید آن را دارد، بسیار بهره‌ورانه است.

۵. تمایز خود را نشان دهید

تلاش‌های فروش و بازاریابی باید دلیل برتری شرکت شما را نشان دهد. مشتریان درباره شما چه می‌گویند؟ چه نتایجی را به آن‌ها وعده می‌دهید؟

۶. با فوق‌العاده شدن طرفداران، وفاداری پیدا کنید

یک تعمیرگاه برتر با وعده رفتن به هر منطقه‌ای برای پنچرگیری بر بازار محلی خود تسلط پیدا کرده است.

۷. قیمت مناسبی در نظر بگیرید

قیمت‌های برتر انتظاراتی را به وجود می‌آورند، بنابراین کسب‌وکار باید آن انتظارات را با ارزش واقعی تامین کند.

۸. راحت تخفیف ندهید

شاید کسب‌وکارهایی که جدیدند یا آن‌هایی که دچار رکود شده‌اند اغوا شوند که با ارائه کوپن و حراج‌های بزرگ نظر مشتریان را جلب کنند. آگاه باشید که تخفیف مواد مخدر بازاریابی است.

["message_box text_color="light]

اولین باری که این کار را انجام دهید، فروش بی‌نظیری خواهید داشت، در نتیجه احساس خوبی پیدا می‌کنید و تمایل دارید که این کار را بارها و بارها انجام دهید. یک گام خودسرانه روی آن سطح لغزنده شما را به‌عنوان برند تخفیفی معرفی می‌کند.

[message_box/]

من در ابتدای کارم فهمیدم که نمی‌خواهم وال‌مارت صنعت خودم باشم. من می‌خواستم قیمت محصولاتم آن‌قدر باشد که بتوانم به همه مشتریانم خدمات عالی ارائه کنم. برای انجام این کار، باید قیمت‌های بالایی را طلب می‌کردم.

یکی از بزرگترین موانع من برای دریافت قیمت‌های بالا این بود که از مسیر خودم خارج شوم و باور کنم که انجام چنین کاری ممکن است. من دور خود را با افرادی پر کردم که خارج از صنعت من بودند. وقتی فهمیدم یکی از دوستانم برای سخنرانی نیم‌ساعته در دنیای دات.کام ۲۵۰۰۰ دلار دریافت می‌کند، این اعتمادبه‌نفس را پیدا کردم تا قیمت‌هایم را بالا ببرم. گاهی افرادی که در برندهای برتر کار می‌کنند باید با این احساس که به‌اندازه مقداری که درخواست کرده‌اند، ارزشمند نیستند، مبارزه کنند.

من خود را به‌عنوان یک رهبر فکری در حوزه کاری خود جا انداخته‌ام. من در رسانه‌های اجتماعی بسیار فعال هستم که باعث می‌شود مشتریان قدیمی و مشتریان احتمالی مرا به‌عنوان یک متخصص بشناسند. این ارتباط، کسب‌وکار را ساده‌تر می‌کند.

دریافت قیمت‌های بالا به من امکان می‌دهد تا به روشی که دوست دارم به مشتریانم خدمت کنم. برای مثال، اگر دانشگاهی هزینه بالای سخنرانیم را نپذیرد، من قیمت پایین‌تری به آن‌ها پیشنهاد می‌دهم به‌شرط اینکه کتاب‌هایم را به مدعوین بدهند. به‌این‌ترتیب، همه به اهداف مالی‌شان می‌رسند و مشتری قدردان انعطاف‌پذیری من خواهد بود.

موضوع بامزه‌ای که فهمیده‌ام این است که اگر مشتریان مبلغی برای اطلاعاتی که در اختیارشان می‌گذارم، پرداخت کرده باشند، از آن استفاده خواهند کرد. امروز همان مطالب را با مشتریانی در میان می‌گذارم که هنگام شروع کسب‌وکارم اطلاعاتی رایگان در اختیارشان قرار می‌دادم. اما وقتی قیمت بالایی برای آن پرداخت کنند، بیشتر به آن احترام می‌گذارند. امروز مشتریان نصایح من را با مدیران ارشد و هیات مدیران خود در میان می‌گذارند. این کار باعث ایجاد مشتریان خوشحال و معرفی مشتریانی می‌شود که ارزش محصول را به‌وضوح از قیمت‌هایم در می‌یابند.