



۱۰ ویژگی ناملموس یک محصول موفق

هر روز محصولات جدیدی روانه بازار می‌شوند. آخر شب تلویزیون را روشن می‌کنید و همین‌طور که کانال‌ها را عوض می‌کنید، پشت سرهم با آگهی‌های اطلاعات محور روبه‌رو می‌شوید.

سالانه میلیون‌ها دلار صرف ساخت و عرضه محصولات جدید می‌شود، ولی می‌دانستید فقط یک محصول از ده‌ها محصول موفق می‌شود؟ و حتی تعداد کم‌تری عمر طولانی خواهند داشت.

محصولی اگر تاب این تست را نیاورد، عمرش طولانی نخواهد بود، قبل از اینکه با محصول یا خدماتتان سهامتان را عرضه کنید، این ده سوال را از خودتان بپرسید:

۱. این محصول در بازارش منحصربه‌فرد است؟

شما نمی‌توانید همان محصول همیشگی را به بازار عرضه کنید. محصول شما باید

ظاهری جدید و عالی داشته باشد که مشتری را سر جایش میخکوب کند.

۲. محصول بازار کافی دارد که طالبش باشند؟

هدف گرفتن یک میکرو جایگاه خوب است، ولی باز هم باید افراد کمی باشند که استطاعت خرید محصول را داشته باشند. نظرسنجی کنید تا بفهمید مردم طالب آنچه دارید، هستند و به اندازه کافی است که ماندگارش کند؟

۳. محصولاتان واقعا مشکلی را حل می‌کند؟

اگر محصولاتان مشکلی را حل نمی‌کند، با مشکل بالقوه‌ای مواجه شده‌اید، احتمال ندارد مشتریان آن را بخرند. مردم چیزی را می‌خرند که مشکلاتشان را حل کند.

۴. پیشنهاد قدرتمندی برای قیمت رقابتی وجود دارد؟

بازارگرمی امتحان پس داده، یعنی به کار بردن عبارت (ولی صبر کنید، بازهم هست). در دنیای امروز مردم فوراً در اینترنت دنبال محصول یکسان با قیمت ارزان‌تر می‌گردند.

۵. می‌توانید به آسانی شیوه کارش را توضیح دهید؟

باید توضیح قابل فهم آسانی از روش و دلیل کار محصولاتان ارائه دهید. ارائه آسانسوری‌تان را آماده کنید، منظور یک سخنرانی و ارائه فروش در لحظه‌ای است که خریدار احتمالی دارد با آسانسور به مقصدش می‌رود و شما فقط در همین زمان باید توضیح دهید.

۶. تغییر یا دموی شگفت‌انگیزی وجود دارد؟

تصاویر یا آمار قبل و بعد (که به آسانی تفاوت‌های محسوسی را نشان می‌دهند) ابزارهای بازاریابی قدرتمندی هستند.

۷. محصول چندکاره است؟

مثل رقیبتان فکر کنید. اگر محصولی عرضه کنید که فقط یک‌کاره است، رقیبتان می‌تواند با محصول مشابهی که کارکردهای بیشتری دارد، روی دست شما بلند شود. بر آن‌ها پیش‌دستی کنید.

۸. گواهی‌نامه‌های معتبری وجود دارد؟

تبلیغ یک مشتری واقعی ده برابر بهتر از نمایش هر هنرپیشه‌ای است. افراد واقعی نتایج واقعی ارائه می‌دهند. ولی باید دنبال معرفی‌نامه‌های حرفه‌ای از انجمن‌ها، پزشکان و بقیه متخصصان صنعتتان هم باشید تا باورپذیری محصولتان را بیشتر کنید.

۹. نتایج جداگانه اثبات‌شده‌ای وجود دارند؟

آماده باشید از ادعاهایتان، دفاع کنید، آن‌هم با داستان‌های تزلزل‌ناپذیر موفقیت یا مطالعات علمی.

۱۰. می‌توانید به سوال‌هایی که خریدار فکر می‌کند، جواب دهید؟

باید به تمام سوال‌هایی که می‌توانند در مورد محصولتان مطرح شوند، آماده باشید. خودتان را جای مشتریان بگذارید و به تمام سوال‌های شکاکانه‌ای که آن‌ها می‌توانند

بپرسند، فکر کنید.

اگر جوابتان به کل این ده سوال بله است، برای خودتان محصولی پیدا کرده‌اید که بی‌کم‌وکاست است.

[message_box text_color="light]

منبع: کتاب «تاثیرگذار و کلیدی شو»

نویسنده: دنیل پریستلی

ناشر: نگاه نوین

ترجمه: سعید روینده

[message_box/]