

چگونه کسب و کار خود را به یک برند موفق تبدیل کنیم؟

کسب و کار موفق = برند موفق

# Branding

[kafeniaz.com](http://kafeniaz.com)

برند بودن در دنیای کسب و کار بخش مهمی از ایجاد هر شغلی است. کسب و کارهای بزرگ و کوچک در این عرصه حاضرند که تمام دارایی خود را خرج کنند ولی به یک برند معروف تبدیل شوند که مردم حاضر باشند برای محصولات آنها پول خرج کنند. در کل برند ایجاد درکی عمیق در ذهن مشتریان است و زمانی که نام محصول شما را می شنوند نام برند شما در ذهنشان تداعی می شود.

برند بودن و یا در اصطلاح برندینگ در تمامی کسب و کارها اعم از کوچک و بزرگ فوق العاده مهم و تاثیرگذار است. در این مقاله سعی کردیم که نکاتی در مورد ایجاد برند شخصی یا برند مربوط به محصول را ارائه دهیم.

کسب و کار شما باید ویژگی خاصی داشته باشد



kafeniaz.com

# آیا محصول شما

## برای برند شدن، ویژگی خاصی دارد؟

در دنیای کسب و کار رقابت حرف اول را می زند و کسب و کارهایی می توانند با دیگران رقابت کنند که دو ویژگی مهم داشته باشند.

اول اینکه یک اسپانسر قدرتمند داشته باشند که به یک باره [تبلیغات](#) گسترده انجام دهد و به سرعت کسب و کار را به یک برند معروف تبدیل کند.

دوم اینکه محصول شما یک ویژگی منحصر به فردی داشته باشد که از محصولات دیگر رقبا متمایز باشد.

در قسمت اول که هر شخصی نمی تواند این مورد را به وجود بیاورد و اما در قسمت دوم باید این سؤال را از خود بپرسید که مزیت برتری برند شما نسبت به رقبا چیست؟

برند را از دید خودتان برای دیگران معرفی نمایید



kafeniaz.com

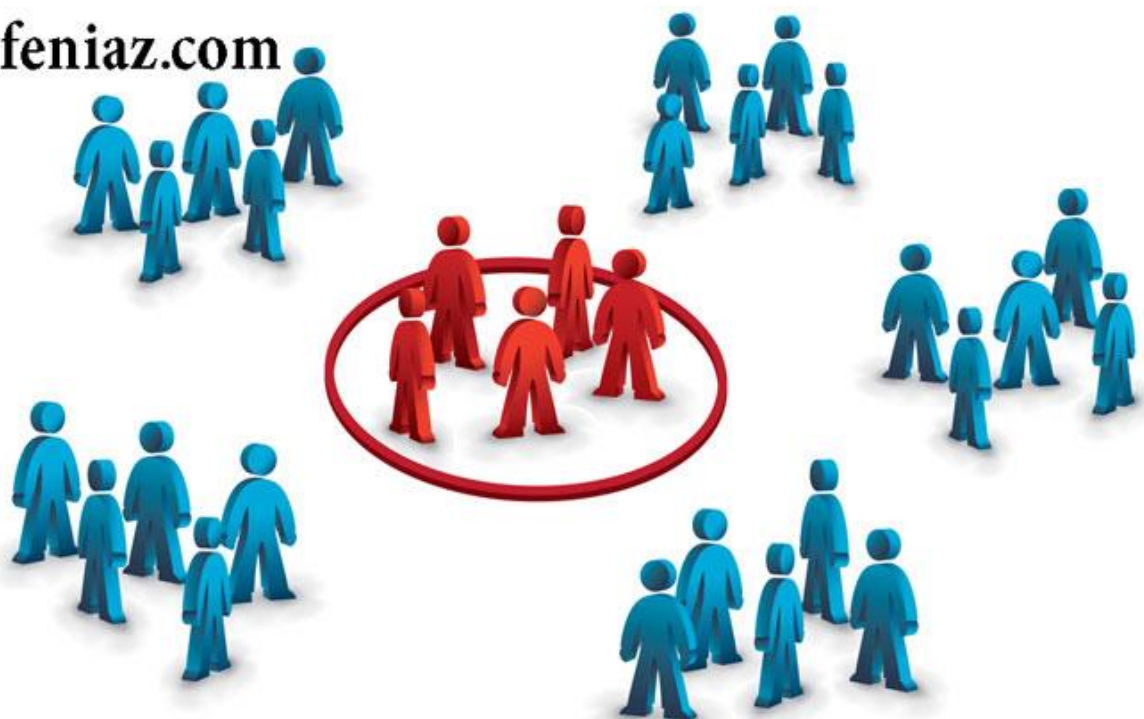
## تعریف برند از دید شما چیست؟

شاید در دید اول برند و برندینگ را اینگونه معنی کرده باشید که هر نامی که بر روی کسب و کار خود بگذارید همان برند شماست. اما در واقع اینگونه نیست. برند بودن عبارت است از نام کسب و کار، شعاری که انتخاب می‌کنید، هدفی که دنبال می‌کنید و لوگو شخصی مربوط به برندتان و در آخر برند همان پیامی است که شما به مشتریان خودتان انتقال می‌دهید.

اگر مشتری احساس خوبی نسبت به نام کسب و کار، شعار و هدفی که انتخاب کرده‌اید داشته باشد مطمئن باشید نه اینکه از شما خرید می‌کند بلکه شما را به دیگران هم معرفی می‌کند و این یک ارتباط طولانی مدت بین شما و مشتری است.

سعی کنید که مخاطب و مشتریان هدف خودتان را شناسایی نمایید

kafeniaz.com



## انتخاب جامعه هدف

مهم‌ترین بخش در ایجاد و تشکیل یک برند کسب و کار این است که بتوانید مخاطب و مشتریان هدف خودتان را شناسایی نمایید. این مورد از مهم‌ترین بخش‌های یک کسب و کار است. اگر نتوانید این قسمت را به خوبی انجام دهید محصول شما فروش موفقیت آمیز نخواهد داشت.

البته این نکته حائز اهمیت است که فهمیدن اینکه مخاطبین و مشتریان شما چه اشخاصی هستند کافی نیست و باید به صورت جزء به جزء مشخص کنید که گروه سنی، مذکر و مؤنث بودن، درآمد ماهیانه، درآمد سالیانه و ... کدام است.

بدست آوردن این اطلاعات نقش بسزایی در فروش محصول شما خواهد داشت.

برای برند شدن باید تبلیغات گسترده انجام دهید



این جمله را با تبلیغات میلیاردی اشتباه نگیرید. شاید تصورتان بر این باشد که باید یک ماهانه میلیاردها تومان هزینه کنید تا بتوانید تبلیغاتی گسترده انجام شود اما در صورتی که این طور نیست. شما با در اختیار داشتن شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام، گوگل پلاس، اینستاگرام، توئیتر، لینکدین، فیسبوک و ... می‌توانید محصولات و خدمات خودتان را نه تنها در ایران بلکه به تمام دنیا معرفی کنید و این همان تبلیغات گسترده است و هزینه‌ای بسیار بسیار پایینی دارد.

لازم نیست که حتماً کسب و کاری بزرگ داشته باشید تا ماهانه میلیاردها تومان خرج کنید اما می‌توانید به مانند کسب و کارهای بزرگ در این شبکه‌های اجتماعی به راحتی تبلیغات رایگان انجام دهید.

اگر قول می‌دهید، به قولتان عمل کنید

# ساده ترین و موثرترین راه جلب اعتماد این است که سعی کنید سر قولتان بمانید



اگر هدف شما رضایت مشتری است سعی کنید که به هدف خودتان که راضی نگه داشتن مشتری است پایبند باشید. اگر به مشتری اعلام کردید که در تاریخی مشخصی محصولی را برای وی آماده کرده‌اید پس سعی کنید که بیشتر کار کنید تا بتوانید آن را سریع‌تر آماده نمایید.

رمز موفقیت شما و همچنین کسب و کارهای کوچک و نوپا راضی نگه داشتن مشتریانی است که به شما وفادار بوده‌اند و اگر غیر از این باشد اعتبار کاری شما زیر سؤال خواهد رفت و تأثیر کاملاً منفی بر ذهن مشتریان خودتان خواهید داشت.

باید به این نکته توجه داشت که این مشتریان هستند که هزینه می‌کنند و به اصطلاح حقوق شما را می‌پردازند پس سعی کنید به گونه‌ای عمل کنید که مشتری از شما راضی باشد و اعتمادی دو طرفه به وجود بیاید.

سعی کنید ارزش آفرین باشید



اگر ارتباطی طولانی با مشتریان برقرار کنید به معنای این است برای مشتری ارزش قائل بوده‌اید. زمانی کسب و کار شما تبدیل به یک برند می شود که برای مشتری ارزش قائل شوید. به طور مثال فرض کنید که از یک سایت فروشگاهی یک محصول را خریداری می کنید. سایت مربوطه زمانی که محصول را برای شما ارسال می کند در کنارش یک کتاب یا کارت پستال هم به عنوان هدیه به شما ارائه می دهد. این کار بسیار کوچک در ذهن مشتری یعنی اینکه برای من ارزش قائل بوده که این کار را کرده است.

این مشتری دفعات بعد نیز از شما خریداری می کند و تا جایی که بتواند شما را به دیگران معرفی می کند و این یعنی برندینگ از زبان مشتریان.

این فرصت را از دست ندهید و سعی کنید که با برقراری ارتباط طولانی با مشتریان خود به فکر برند و آینده کسب و کار خودتان باشید.