

چگونه برندمان را مدیریت کنیم تا در میان مردم خوب جلوه دهد؟

مدیریت کردن برند با این ۳ روش



حتماً بارها و بارها کسب و کار و یا برندنندان را با دیگر کسب و کارها و برندها مقایسه کرده اید و از خودتان پرسیده اید که چرا محصولات و یا خدماتتان با وجود اینکه خوب و با کیفیت است اما باز هم مشتری چندانی ندارد. حتماً از خودتان پرسیده اید که چرا نمی توانید در میان رقبا خودتان را بالا بکشید و یا مشتری های بیشتری بدست بیاورید. چرا مشتریان به شما اعتماد نمی کنند.

این نمونه سوالات ذهن هر مدیر کسب و کاری را به خودش جلب کرده است و به تنها نتیجه ای که می رسد این است که احتمالاً در مدیریت برند اشتباه و یا ضعیف عمل کرده ام. مدیریت **برند** با هر نوع مدیریتی که تا به حال با آن آشنا شده اید کاملاً فرق دارد و ضعیف و یا قوی عمل کردن در آن می تواند افزایش فروش، **افزایش اعتماد** در میان مردم و یا افزایش بازدید کننده را در بر داشته باشد.

مدیریت برند چیزی نیست به جز ایجاد یک برنامه ریزی دقیق و منظم برای به وجود آوردن اعتماد در میان مردم و همین اعتماد است که افزایش فروش را به همراه خواهد داشت. اگر بخواهید یک تعریف کلی تر از این مورد

را داشته باشید باید اعلام کنیم، مدیریت برند همان مهارت، توانایی و هنر ایجاد کردن و حفظ کردن برند است.

اما چرا مدیریت برند یا برند سازی این همه برای کسب و کار مهم است؟

برند سازی و مدیریت برند در کل مدیریت کردن محصولات و خدمات است و این مورد تا جایی پیش رفته که هر کاری می کنید تا اعتمادی که مردم به کسب و کارتان دارند را از بین نبرید و این مورد از اهمیت ویژه ای در میان کسب و کارها برخوردار است.

در کل، این **برند سازی** است که کسب و کارتان را نسبت به دیگر رقبا متمایز می کند حتی اگر محصولات و خدمات مشابه در اختیار مخاطبین خود قرار دهید. این برند سازی است که افزایش فروش و همچنین افزایش بازدید کننده را برای شما به همراه دارد. این برند سازی است که کیفیت را در نظر مخاطبین بهتر جلوه می دهد. این برند سازی است که اعتماد مخاطبین را به کسب و کارتان بیشتر می کند و در نهایت این برند سازی است که مشتریان فعلی را به مشتریان وفادار تبدیل می کند تا بیشتر از همیشه از محصولات و خدمات تان استفاده کند.

رقبای زیادی در میان هر کسب و کاری وجود دارد اما سوال این است که چرا برخی یک نوع کسب و کار را انتخاب می کنند؟ به طور مثال همه برای جستجو مطالب در دنیای وب به سراغ سایت گوگل می روند. دلیلش به نظر شما چیست؟ به نظرتان تنها دلیلش اعتماد کردن به این سایت نیست؟ به نظرتان برند بودن آن نیست؟

دقیقاً جواب همین است. سایت های زیادی در این عرصه کار می کنند اما مهم این است که برخی از مردم به برخی از کسب و کارها بیشتر اعتماد دارند و همین به مرور زمان باعث برند شدن همان کسب و کار می شود و این مورد به نوع مدیریت برند همان کسب و کار بر می گردد.

برند سازی همه چیز یک کسب و کار است. با برند سازی است که مردم تصمیم می گیرند از محصولات و خدمات کسب و کارتان استفاده کنند یا خیر و تیم "**کافه نیاز**" قصد دارد ۳ راه را به شما بیاموزد که چطور می توانید برند خودتان را مدیریت کنید. به گونه ای که در میان مردم خوب جلوه دهد و بتوانید افزایش فروش را بدست بیاورید.

با ما همراه باشید

راه اول: تصویری که مردم از برندتان در ذهن دارند



این روزها با وجود تبلیغات بیش از اندازه در هر کسب و کاری، متأسفانه مردم دید واضحی در مورد برند آنها در ذهن خود ندارند. کسب و کارها شعارهای تبلیغاتی زیادی را به مردم مخابره می کنند و تمام این موارد به خاطر این است که در تبلیغات اشخاص بیان می کنند ما بهترین در زمینه ی کاری خود هستیم، ما اولین شرکت در زمینه ی فلان هستیم، شرکت ما اولین تولید کننده فلان محصول در دنیاست، ما بهترین خدمات پس از فروش را در میان رقبا داریم و غیره.

اما بعد از خرید محصولات و خدمات می بینیم آن چیزی که تبلیغ می کنند با کیفیتی که ما در حال حاضر می بینیم، زمین تا آسمان فرق دارد و در همین جاست که تصویر برند مورد نظرمان را در ذهن خود، بد جلوه می دهیم و این مورد فقط به نوع مدیریت برند این اشخاص بر می گردد.

این مردم هستند که با [بازاریابی دهان به دهان](#) کسب و کارتان را به برند تبدیل می کنند، این مردم هستند که از شما خرید می کنند چون شما یک برند هستید، این مردم هستند که افزایش فروش را برای شما به همراه دارند

و خلاصه مردم همه کاره در این عرصه هستند و اگر آنها از شما خرید نکنند کسب و کارتتان به سمت شکست هدایت خواهد شد. اما راه حلی که پیشنهاد می کنیم این است که [شعارهای تبلیغاتی](#) مناسب برای کسب و کارتتان انتخاب کنید که متناسب با نوع کیفیت محصولات و خدماتتان باشد.

به طور مثال اگر در کار خود اولین هستید واقعاً باید در خور شخصیت اول بودن فعالیت کنید. اگر محصولات و خدماتی متمایز ارائه می دهید به مخاطبین خود بگویید این محصولات و خدمات با این تغییرات به شما ارائه می شود. اگر کیفیت محصولاتتان با دیگر رقبا فرق دارد آن را در تبلیغاتتان واقعاً نشان دهید.

مدیریت برند این نیست که خودتان را به مردم قالب کنید، مدیریت برند یعنی طوری کیفیت، کمیت و ارزش محصولاتتان را بالا ببرید که مردم شما را انتخاب کنند و یا به وسیله [بازاریابی رایگان](#) که همان دهان به دهان است شما را به دیگران معرفی کنند. شکل گرفتن و در دید مردم زیبا جلوه دادن برند، از همین مرحله شروع می شود.

راه دیگری هم که می توان پیشنهاد داد این است که یک نظرسنجی در سایت و شبکه های اجتماعی خود برگزار کنید و از مخاطبین بخواهید هر نوع دیدگاه، پیشنهاد و یا انتقادی در مورد محصولات و خدماتتان دارند را به شما اعلام کنند. شاید خیلی از مردم از محصولات شما راضی نباشد اما پیشنهاد هایی بدهد که بتوانید با برطرف کردن آن تصویری که از [برندتان](#) در ذهنشان حک شده است را تغییر دهید و همین مشتریان ناراضی را به مشتریانی راضی و وفادار تبدیل کنید.

استفاده از تجربیات مشتریانی که از محصولات و خدمات شما استفاده کرده اند و همچنین دریافت بازخوردهای مثبت و منفی در مورد برندتان می تواند تا حدودی برند شما را به سمت رشد و پیشرفت هدایت کند.

راه دوم: به دست آوردن مشتریان جدید یعنی راضی کردن مشتریان قدیمی

هر چه مدیریت برند شما بهتر باشد به طبع افزایش مشتری و افزایش اعتماد در میان مخاطبین بیشتر از قبل خواهد بود



این روزها بدست آوردن مشتریان جدید کار سختی شده است. مردم به نوعی به هر کسب و کاری اعتماد نمی کنند و همین مورد باعث می شود خیلی محتاطانه عمل کنند. مشتریان روز به روز باهوش تر می شوند و برای پرداخت هزینه خیلی سخت به یک کسب و کار اعتماد می کنند.

روش جدیدی که مشتریان در پیش گرفته اند این است که سعی می کنند نظرات مشتریان قبلی در مورد کیفیت محصولات یک **برند خاص** را جویا شوند و اگر نظرها و دیدگاه های خوبی دریافت کنند آن موقع است که تصمیم می گیرند که از آنها خرید کنند یا خیر.

در کل همین نظرهایی که مشتریان قبلی در مورد کسب و کارتان بیان می کنند به وجود آورنده ی یک برند خوب یا بد است و این مورد به مدیریت برند از طرف شما که مدیر هستید بر می گردد. راضی کردن مشتریان قبلی فقط با ارائه ی بهترین کیفیت محصولات و خدمات ناشی می شود.

اگر می خواهید مشتریان قبلی در مورد برندتان خوب صحبت کنند، اگر می خواهید مشتریان قبلی شما را به دیگران معرفی کنند و اگر می خواهید مشتری های جدیدی بدست بیاورید باید سعی و تلاش کنید تا کیفیت محصولات تان بیشتر شود. در این صورت است که کسب و کارتان به یک برند تبدیل می شود و مدیریت برند در این مرحله خیلی به شما کمک می کند.

برای این کار می توانید این دو روش را در پیش بگیرید:

✓ **روش اول:** تمام بازخوردهای مثبت و منفی که مشتریان تان در مورد محصولات و خدماتتان دارند را در سایت و شبکه های اجتماعی به نمایش بگذارید. چون این کار اعتماد مخاطبین به کسب و کارتان را بیشتر می کند.

✓ **روش دوم:** از مشتریان راضی قبلی فیلم تهیه کنید و آن را در سایت و شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید. اما سعی کنید در این کار اغراق به خرج ندهید. چون مشتریان فرق بین راست و دروغ را می فهمند.

استفاده از این دو روش اعتماد مردم نسبت به برندتان را افزایش می دهد و باعث می شود برای خرید تصمیم نهایی خود را بگیرند. ممکن است مشتریان با دیدن یا شنیدن یک دیدگاه مثبت یا منفی برای خرید تصمیم بگیرند.

تا جایی که می توانید برای مثبت نگاه داشتن نظریات مشتریان قدیمی و جذب کردن مشتریان جدید سعی و تلاش کنید به خاطر اینکه مردم این روزها دیگر به تبلیغات خیلی توجهی نمی کنند و این مورد روی برندسازی کسب و کارتان خیلی اهمیت دارد.

راه سوم: ارائه محصولات، خدمات و نوآوری های جدید در کسب و کار

نوآوری در محصولات و خدمات می تواند شانس افزایش مشتری و همچنین اعتماد به برندتان را بیشتر کند و این به مدیریت برند توسط شما بر می گردد



ایجاد یک تصویر زیبا از برند در ذهن مشتری زمانی به وجود می آید که به صورت مستمر روی نوآوری های جدید محصولات و خدمات تان کار کنید. اینکه مشتری بخواهد به صورت مداوم از محصولات و خدمات قدیمی شما استفاده کند یک مقدار خسته کننده است.

همان طور که خودتان به چالش های جدید نیاز دارید به همان اندازه هم مشتریان به نوآوری های جدید نیاز دارند. این مورد روی جذب مشتریان جدید تأثیر زیادی دارد. به خاطر اینکه مشتریان با نوآوری ها، محصولات و خدمات جدید است که کسب و کارتان را به دیگران معرفی می کنند و از اینکه بخواهند مشکلات شان را حل کنند راضی و خشنود هستند.

پیشرو این نوآوری ها را می توان شرکت های تلفن همراه دانست. به طور مثال شرکت ایرانسل سعی کرده است به صورت مستمر هر از گاهی محصولات و خدمات جدیدی را ارائه دهد. اگر به صفحه ی خدمات این شرکت در سایتشان سر بزنید متوجه خواهید شد که چقدر محصولات و خدمات جدید ارائه کرده است.

برخی از این خدمات ارائه شده قدیمی هستند اما شرکت ایرانسل سعی کرده تا با کمی نوآوری و تغییر در همان محصول، محصولی جدیدتر با کارایی بهتر در اختیار مخاطبین خود قرار دهد و جالب این است که در این کارش هم بسیار موفق بوده است. برخی از محصولات و خدماتی که ارائه داده مربوط به خارج از کشور است اما از نظر مشترکین این هیچ ایرادی ندارد به خاطر اینکه ما هر روز به محصولات و خدمات جدید نیازمندیم.

منظور ما این بحث این بود که نوآوری داشته باشید نه اینکه مدام محصول یا خدماتتان را تغییر دهید که مشتریان تان را از دست بدهید. این اشتباه است. سعی کنید هر چند ماهی یک بار یک محصول و خدمات را تست کنید. اگر بازخورد خوبی داشت آن موقع به صورت کامل آن را اجرایی کنید.

سخن آخر

برند سازی، برند بودن و مدیریت برند تنها به مدیریت شما در کسب و کارتان بر می گردد که چه سیاست هایی را بخواهید در آن پیاده سازی کنید. اگر نتوانید یک تصویر زیبا در ذهن مخاطبین خود حک کنید به راحتی از دور رقابت کنار خواهید رفت.