

چرا در راه اندازی هر کسب و کاری باید دست به دامان مزیت رقابتی شویم؟

چگونه مزیت رقابتی ایجاد کنیم؟



تمام کسب و کارهایی که در دنیا راه اندازی می شوند تنها به یک دلیل به وجود می آیند و آن هم کسب درآمد است. اگر کسب درآمد نباشد نمی توانید به ادامه ی راه امیدوار باشید و اگر مزیت رقابتی نداشته باشید نمی توانید بیشتر از رقبایتان بفروشید و یا بیشتر از آنها مشتریان را به سمت خودتان بکشانید.

درست متوجه شدید، مزیت رقابتی یکی از بزرگترین و مهمترین عوامل در راه اندازی هر کسب و کاری است. اگر نتوانید مشتریان خود را متقاعد کنید که محصولات و خدمات شما نسبت به رقبا بهتر است مطمئن باشید که مشتریان هرگز از شما خرید نخواهند کرد حتی اگر کیفیت محصولاتتان واقعاً بهتر هم باشد. به هر حال متمایز بودن و داشتن مزیت رقابتی، رمز موفقیت در کسب و کارها و فروش است.

مزیت رقابتی چه سودی برای کسب و کارها خواهد داشت؟

یکی از عواملی که باعث می شود مشتریان قانع شوند که از شما خرید کنند و همین امر باعث افزایش فروش شما می شود، فقط داشتن مزیت رقابتی است. سعی کنید خوب فکر کنید ببینید محصول و خدمات شما چه تفاوتی با دیگر رقبا دارد، نقاط قوت و نقاط ضعف محصولات رقیب چیست، چطور می توانید از نقاط ضعف و قدرت رقبایتان به سود خودتان استفاده کنید، ویژگی محصول رقبا نسبت به شما چگونه است.

دانستن این موارد می تواند به ایجاد کردن یک مزیت رقابتی به کسب و کارتان بسیار کمک کند و در کل این موارد را می توان به نوعی **تحلیل رقبا** هم دانست. در اصل داشتن مزیت رقابتی در توانایی و مهارت غلبه بر محصولات و خدمات رقبا خلاصه می شود که برخی از کسب و کارهایی که تازه تأسیس و نوپا هستند با توجه به ایده هایی که به اجرا در می آورند دیگر رقبا را از دور خارج می کنند.

یکی از دلیل هایی که برخی از مشتریان یک کسب و کار خاص را انتخاب می کنند می تواند داشتن ایده های جدید و نوآورانه باشد که همین یک دلیل بزرگ برای ایجاد مزیت رقابتی است. مشتریان این کسب و کارها را انتخاب می کنند چون هر روز شاهد این هستند که محصولات و خدمات جدیدی روانه ی بازار می کنند و همین روی افزایش فروش این کسب و کارها تأثیر فوق العاده ای دارد.

اگر کسب و کاری دارید که نمی توانید در حیطه ی کاری خود با رقبایتان به رقابت بپردازید باید سعی و تلاش کنید از همین الان دست به کار شوید، ایده پردازی کنید و یک مزیت رقابتی هر چند کوچک ایجاد کنید که یک انقلاب بزرگ در کسب و کارتان به وجود بیاورد.

سعی کنید از خودتان بپرسید:

چگونه می توانم این محصول یا خدمات را به شکلی دیگر تغییر یا ارائه دهم که تحولی عظیم در کسب و کارم رخ دهد؟

پاسخ به این سوال باعث می شود تا آنقدر سعی و تلاش کنید که مشتریان و مخاطبین تان شما و کسب و کارتان را نسبت به محصولات و خدمات دیگر رقبایتان ترجیح دهند. اگر مزیت رقابتی داشته باشید خیلی سریع تر پیشرفت خواهید کرد و به راحتی به یک برند معروف تبدیل خواهید شد.

تیم **"کافه نیاز"** قصد دارد به شما بیاموزد که چطور می توانید یک مزیت رقابتی سالم را به وجود بیاورید تا سریع تر به رشد و پیشرفت برسید. این رقابت بستگی به محصول و خدمات شما دارد که باید دارای ۴ ویژگی خاص باشد که به صورت کامل آنها را بیان خواهیم کرد.

با ما همراه باشید

ویژگی اول: بالا بودن کیفیت محصولات و خدمات

بهترین کیفیت می تواند یک مزیت رقابتی بزرگ برای شما به حساب بیاید



اولین ویژگی برای ایجاد یک مزیت رقابتی داشتن بهترین کیفیت است اما نه کیفیتی که شما می گوئید بلکه کیفیتی که مشتری می گوید. هر چه شما به عنوان تولید کننده ی محصولات و خدمات تبلیغ کنید که این محصول بهترین محصول با بهترین کیفیت است اما باز هم این مشتریان هستند که در نهایت حرف آخر را می زنند.

اگر مشتریان از کیفیت محصولات و خدمات شما راضی و خشنود باشند به طور حتم به عنوان بازاریاب رایگان دهان به دهان محصولات و خدمات شما خواهند بود و در هر جایی آنها را به دیگران معرفی خواهند کرد و آنجاست که شما می توانید بگوئید که کیفیت محصولاتمان به عنوان مزیت رقابتی کسب و کار ما است به خاطر اینکه مشتریان از آن راضی و خشنود هستند.

اما اگر راضی نباشد هر چه قدر هم تبلیغات گسترده ای انجام دهید باز هم گول صحبت های شما را نخواهند خود و متأسفانه این مورد تأثیر منفی روی کسب و کارتان خواهد داشت.

ویژگی دوم: ارزان بودن محصولات و خدمات



همیشه ارزان بودن یا گران بودن قیمت کالا نمی تواند مزیت رقابتی ایجاد کند به شرط اینکه در کنار آن خدماتی ارائه دهید که این مزیت را به وجود بیاورد یا بیشتر به چشم بخورد. اینکه در کل بخواهید با ارزان بودن، مشتریان بیشتری به سمت خود بکشید نمی تواند به سود کسب و کارتتان باشد.

شاید بتوانید با ارزان بودن مشتریان زیادی را بدست بیاورید اما در دراز مدت این به ضرر کسب و کارتتان خواهد بود. برخی از مشتریان دوست دارند قیمت بیشتری بدهند تا کالایی گران تر بخرند و این مصداق این ضرب المثل است: **هر گرانی بی حکمت نیست و هیچ ارزانی بی علت نیست.**

اما در کنار ارزان بودن می توانید پورسانت هایی را به مخاطبین خود ارائه دهید که مزیت رقابتی محسوب می شوند. مانند

- ✓ ارسال رایگان
- ✓ دادن هدایای تبلیغاتی از محصولات و خدمات
- ✓ خدمات پس از فروش رایگان
- ✓ گارانتی رایگان
- ✓ و

به هر حال قبل از اینکه محصولات و خدمات تان را ارزان بدهید سعی کنید تمام موارد را در نظر بگیرید.

ویژگی سوم: استفاده از محصولات و خدمات خود را راحت تر کنید

مشتریان از محصولات و خدماتی استقبال می کنند که استفاده از آن راحت تر و ساده تر باشد



روز به روز دنیای ما به سمت دیجیتالی شدن و راحت تر شدن پیش می رود و این یعنی مردم به محصولات و خدماتی نیاز دارند که نیازهای روزانه ی آنها را برطرف کند. اما این محصولات و خدمات باید آن چنان ساده و راحت قابل استفاده باشند که برای دفعات بعد هم متقاعد شوند از این محصولات و خدمات استفاده کند.

همین مورد بسیار ساده اگر از طرف مدیران کسب و کارها مورد بررسی و ارزیابی قرار بگیرد و به اجرا در بیاید قطعاً افزایش مشتریان زیادی بدست خواهید آورد و به راحتی آب خوردن به یک مزیت رقابتی نسبت به دیگر رقبا تبدیل خواهد شد.

اما چطور می توانیم کارکرد ساده و راحت را به یک مزیت رقابتی تبدیل کنیم؟

تنها کاری که در این طور می تواند کمک بسیار زیادی به شما بکند این است که تحلیل رقبا کنید. سعی کنید محصولات و خدمات رقبایتان همراه با نحوه ی کارکردشان را بررسی کنید و ببینید در محصولات و خدمات خودتان چه تغییری می توانید انجام دهید که نحوه ی کارکردش راحت تر و ساده تر باشد.

فرقی نمی کند تغییرات جزئی یا کلی باشد فقط به گونه ای این تغییرات را انجام دهید که ساده تر شدن استفاده از آن به چشم بیاید. این مورد را به صورت کامل بررسی کنید تا مشتریان، کسب و کار شما را به جای رقبا انتخاب کنند.

به طور مثال سایت گوگل را در نظر بگیرید. به جز یک فیلد جستجو چیز دیگری را می بینید. این سایت شاید به جرأت بتوان گفت که ساده ترین سایت در کل دنیا باشد و این مورد باعث شده تا ۹۸ درصد جستجوهای دنیا را به خودش اختصاص داده است و همین مورد مزیت رقابتی سایت گوگل نسبت به دیگر رقبا محسوب می شود.

ویژگی چهارم: چه نیازهایی از مشتریان برطرف می شود؟

برای ایجاد کردن مزیت رقابتی باید بتوانید هر نیازی از نیازهای مشتریان را برطرف کنید



مشتریان به این دلیل از یک محصول خاص استفاده می کنند که نیازها و احتیاجات روزمره ی آنها را برطرف می کند و تا زمانی که این محصول یا خدمات این نیازها و خدمات را برطرف کند از آن استفاده می کنند. اما به مرور زمان که محصولات و خدمات دیگر رقبا وارد بازار شد این مشتریان برای اینکه بدانند آیا با اینها هم می توان این نیازها را برطرف کرد اقدام به استفاده از آن می کنند.

در این طور مواقع است که این تولید کننده ها باید دست به نوآوری بزنند و این نوآوری ۴ مزیت مهم برای آنها در بردارد:

- ✓ **مزیت اول:** محصولات و خدماتشان جدید و به روز تر می شود
- ✓ **مزیت دوم:** مشتریان قدیمی را از دست نمی دهند
- ✓ **مزیت سوم:** مشتریان جدید بدست می آورند
- ✓ **مزیت چهارم:** نوآوری به خودی خود باعث ایجاد مزیت رقابتی می شود

در این مرحله باید به نیازهای مشتری توجه کنید و ببینید از چه راهی می توانید این نیازها را به راحتی هر چه تمام تر برطرف کنید به طوری که مشتری حاضر نشود از محصولات و خدمات دیگر رقبا استفاده کند حتی اگر ارزان تر از الان باشد.

به طور مثال فست فودی را در نظر بگیرید که محصولاتش را از طریق تماس تلفنی در اختیار مردم قرار می دهد و این یک روش قدیمی است اما باز هم جوابگو هست. اما یک رقیب جدید که به تازگی وارد بازار رقابت شده این فست فودها را مورد تحلیل خودش قرار داده و سعی می کند با کمی هزینه یک اپلیکیشن طراحی کند که تمام محصولاتش را به صورت آنلاین بدون تماس تلفنی و به راحتی هر چه تمام تر در اختیار مخاطبین قرار دهد و همین یعنی ایجاد کردن مزیت رقابتی و بدست آوردن مشتریان رقیب قبلی.

سخن آخر

موفقیت در فروش تنها به داشتن مزیت رقابتی خلاصه نمی شود و در اصل باید مشتری را متقاعد کنید که این مزیت رقابتی می تواند مشککش را حل کند. در این مرحله مشتری از امتحان کردن محصولات و خدمات جدید ترس و واهمه دارد و این به توانایی و مهارت فروشنده بر می گردد که بتواند مشتری را متقاعد کند.

مزیت رقابتی شما همان نقاط قوت کسب و کارتان هستند که باید به صورت شبانه روزی روی آن تمرکز کنید تا بهترین ها را به مشتریان خود ارائه دهید و این کسب و کارتان را از رقبا برتر و بهتر نشان می دهد.