

چگونه در برابر رقبا هوشمندانه و بهتر عمل کنیم؟



یکی از دلیل هایی که کسب و کارها رشد و پیشرفت می کنند وجود رقبا است. اگر رقبا نباشند رقابتی در کار نخواهد و اگر رقابتی در کار نباشد به طبع کیفیتی هم در کار نخواهد بود. با وجود همین رقبا هست که می توانید نقاط ضعف و قدرت خودتان را شناسایی کنید و روی نقاط قوت تان سرمایه گذاری و نقاط ضعف تان را برطرف کنید.

رقبا باعث می شوند شما برای بدست آوردن بهترین جایگاه در میان آنها و همچنین بیشترین سهم فروش، شب و روز تلاش کنید. هر ترفندی برای فروش محصول یا خدمات خودتان ارائه دهید بعد از مدتی توسط رقبا کپی می شود و همین طور شما کپی کننده ی روش های بازاریابی رقبای خودتان هستید.

چه شما و چه رقبا برای بدست آوردن بیشترین سهم بازار و همچنین جذب بیشترین مشتری، سعی می کنید از هر ترفندی استفاده کنید تا سود بیشتری کسب کنید و این را باید مدیون رقبای خودتان باشید.

اما سوال اینجاست که چرا وجود رقبا این همه مهم است؟

اگر شما به صورت انحصاری یک کسب و کار را در میان مردم راه اندازی کرده باشید و فقط خودتان در این زمینه کار کنید و هیچ رقیبی نداشته باشید به طبع تمام مردم از شما خرید می کنند و سود خیلی زیادی نصیب شما خواهد شد.

اما نکته ی مهمی که باید رعایت کنید این است که اگر رقیبی نداشته باشید معایب بیشتری نصیبتان می شود. معایبی که در زیر به آن اشاره کرده ایم:

- ✓ کیفیت محصولات تان بالا نخواهد رفت
- ✓ محصولات و خدمات تان را به هر قیمتی به مشتری خواهید فروخت
- ✓ مشتریان با اجبار و اکراه از شما خرید خواهند کرد
- ✓ چون رقیبی نخواهید داشت پس رضایت مشتری کمتر در کار خواهد بود
- ✓ اگر رقبا نباشند رقابتی هم در کار نخواهد بود
- ✓ اگر رقبا نباشند تغییر و تحولی در کسب و کارتان به وجود نخواهد آمد
- ✓ نبود رقبا یعنی نبود رشد و پیشرفت در کسب و کار

تمام این معایب باعث از دست دادن مشتری خواهد شد و متأسفانه این را باید در نبود رقیب جستجو کرد. تیم "**کافه نیاز**" مایل است در این مقاله ۴ راه مقابله با رقبا را برای شما بیان کند. این راه ها می تواند به شما بیاموزد که چطور می توانید در میان رقبا مشتریان بیشتری جذب خودتان کنید.

با ما همراه باشید

راه اول: آرام و بی سر و صدا وارد عرصه ی رقابت شوید

اگر کسب و کاری نوپا هستید احتیاجی نیست برای وارد شدن به صحنه رقابت سر و صدا به پا کنید. سعی کنید آرام آرام وارد رقابت شوید



اولین راهی که باید طی کنید تا بهترین رقابت را داشته باشید این است که بدون سر و صدا وارد بازار رقابت شوید بدون اینکه رقبا متوجه شوند و به مرور زمان کم کم خودتان را بالا بکشید. به هیچ عنوان لازم نیست ساز و دُهل بدست بگیرید که می خواهید وارد عرصه ی رقابت شوید و یا می خواهید محصولاتتان را به بازار عرضه کنید.

این کار به نوعی اعلام جنگ با رقبا است و اگر مردم از محصول و خدمات شما راضی نباشند خیلی خیلی زود از صحنه ی رقابت کنار خواهید رفت. به جای آن سعی کنید بازار هدفتان را شناسایی کنید و آرام آرام این بازار هدف را بدست بگیرید و بعد از آن که مشتریان از شما راضی بودند سعی کنید [بازاریابی دهان به دهان](#) را در میان مردم به راه بیندازید.

بعد از آن خواهید دید که این مردم هستند که به صورت کاملاً رایگان محصولات و خدماتتان را به دیگران معرفی می کنند. کم کم که سود حاصل از کسب و کارتان را بدست آوردید و به موفقیت های زیادی دست پیدا کردید باز هم نیازی نیست که ساز و دُهل به دست بگیرید و سر و صدا کنید که موفق شده اید. موفقیت هایتان را نزد خودتان نگه دارید اما از رقبایتان هم غافل نشوید.

تمرکزتان روی تحلیل رقبا باشد. آن قدر رقبایان را به خوبی تحلیل کنید تا از هر ترفندی استفاده کنید و از آنها جلو بیفتید. اما تصور نکنید که رقبا هم دست روی دست می گذارند و موفقیت های شما را نگاه می کنند. به هیچ عنوان اینگونه نیست. آنها هم به طور حتم کسب و کارتان را آنالیز می کنند تا از ترفندهای بازاریابی و جذب مشتری شما استفاده کنند و حتی بتوانند مشتریان تان را بقاپند.

پس سعی کنید در این مرحله حواستان را به خوبی جمع کنید و هرگز برای ورود به بازار کسب و کار سر و صدا به پا نکنید. آهسته و پیوسته حرکت کنید.

راه دوم: به مرور زمان محصولات و خدماتتان را وارد بازار کنید

برای رقابت کردن با رقبایان سعی کنید محصولات و خدمات خودتان را به یک باره وارد بازار نکنید. به مرور زمان این کار را انجام دهید



خیلی از محصولات و خدماتی که در بازار وجود دارد به نوعی کپی شده ی رقبای دیگر هستند. اگر محصولی وارد بازار می شود این رقبا هستند که به سرعت آن را کپی می کنند و با نامی دیگر و با یک روش اجرایی دیگر در

اختیار مشتریان خود قرار می دهند. تمام خدمات بانک ها، خدمات تلفن های همراه، خودروهایی که تولید می شود و خیلی از موارد دیگر همه کپی شده ی رقبا هستند.

راه حل این موضوع چیست؟

تنها راه حل این موضوع این است که هر محصول و خدماتی که دارید را به مانند یک راز در کسب و کار خود نگه دارید تا همیشه منحصر به فرد باشید و همچنین به هیچ عنوان تمام محصولات و خدمات تان را به یک باره برای مشتری و به خصوص رقبا، رو نکنید. همیشه یک چیزی برای ارائه دادن در اختیار داشته باشید.

این مورد باعث می شود در میان مردم به یک کسب و کار فوق العاده تبدیل شوید تا جایی این مورد پیش خواهد رفت که رقبا دیگر توان رقابت با شما را نخواهند داشت.

پرچمدار این رازداری را می توان شرکت های اپراتوری تلفن همراه دانست. این شرکت های اپراتوری هر چند وقت یک بار محصولات و خدمات جدیدی را وارد بازار می کنند اما همیشه یک محصول و خدمات را بعد از مدتی در اختیار مخاطبین خود قرار می دهد و عیناً آن را شرکت های دیگر کپی می کنند و با نامی دیگر در اختیار کاربران خود قرار می دهند. همین مورد باعث می شود تا مخاطبین بیشتری را بدست بیاورند.

هرگاه که محصولات و خدمات جدیدتری به بازار عرضه می کنید که رقباي شما آن را در اختیار ندارند به طبع تا کپی شدن آن خیلی فرصت دارید تا مشتریان بیشتری نصیب خود و صد البته سود بیشتری کسب کنید و از همه مهمتر اینکه مردم و مخاطبین خواهند دانست که این شما هستید که همیشه محصولات جدید را ارائه می دهید و رقباي شما فقط کپی کننده ی آنها هستند.

این مورد باعث می شود تا مخاطبین بیشتر به سمت کسب و کارتان جذب شوند و این روی [افزایش فروش](#) تان تأثیر زیادی خواهد داشت. اما مهمترین نکته در مورد ارائه ی محصول و خدمات این است که همیشه سعی کنید طوری وانمود کنید که رقبايتان متوجه نشوند که شما قرار است محصول جدیدی وارد بازار کنید. این مورد روی دزدیده نشدن طرحتان قبل از ارائه به بازار تأثیر زیادی دارد.

راه سوم: تمرکز رقبایان را به هم بزنید



یکی از استراتژی‌ها و قانون‌های بازاریابی این است که تمرکز رقبا در مورد محصولات و خدماتتان را به هم بزنید. رقبای تان فقط منتظر این هستند که ببینند شما در کدام قسمت از بازار و با کدام یک از محصولات و خدمات تان بیشترین سود را به دست آورده‌اید. آنها فقط منتظر این هستند تا به مانند یک عقاب به یک غذای آماده حمله کنند و به خودشان این زحمت را نمی‌دهند که دسترنج خودشان را بخورند.

برای این کار سعی کنید هر زمان که رقبا تحلیل کسب و کارتان را شروع کردند، در هنگام تحلیل کمترین اطلاعات را بدست بیاورند. آنها نباید بدانند بیشترین سودتان، از فروش چه محصول یا خدماتی بدست می‌آید و یا نبایستی بدانند بازار هدف اصلی و مهم کسب و کارتان که بیشترین سود را به شما می‌رساند در کجا واقع شده است و چه تیپ شخصیت‌هایی از محصولات تان استفاده می‌کنند.

هرگاه خواستند شما را تحلیل کنند به گونه ای وانمود کنید که محصولات کم سودتان بیشتر به شما سود می رساند. این به این معنی است که به گونه ای ذهن آنها را منحرف کرده اید که تصور کنند محصولاتی که به آنها معرفی می کنید بیشترین سود را برای شما به همراه دارد و این به نوعی به هم زدن تمرکز رقبا است.

تا رقبا متوجه شوند که چه کلاه گشادی بر سرشان رفته است مدت ها طول می کشد و شما در این فرصت بیشترین سود را به دست آورده اید.

راه چهارم: رقبا را از بازار هدفشان دور کنید

برای اینکه سود بیشتری از بازار هدفشان عایدتان شود سعی و تلاش کنید رقبایتان را از بازار هدفشان دور کنید. برای اینکار می توانید توجه آنها را به سمت بازاری دیگر منحرف کنید



هر رقیبی دوست دارد وارد بازار هدف رقبای خودش شود و تمام سودهای آن ها و همچنین مشتریان آن ها را بدست بیاورد. این به نوعی یک اعلام جنگ با رقبا است. اما کاری که شما باید انجام دهید این است که حواس رقبایتان را به هر ترفندی شده پرت کنید تا آنها متوجه نشوند که شما در چه بازاری بیشترین سود را کسب می کنید.

هر چه قدر رقبا بیشتر در حواس پرتی های خودشان غوطه ور شوند به طبع شما بیشتر فرصت دارید تا بیشترین سودها را از بازار هدفتان به دست بیاورید. این کار رقبا یک کار دائمی و ادامه دار است. فقط یک بار آن را انجام نمی دهد و دائم آن را انجام می دهد. شما باید همیشه منتظر هر عکس العملی از طرف رقبای خودتان باشید چون آنها همیشه حواسشان به شما، محصولات، خدماتتان و از همه مهمتر بازار هدفتان خواهد بود.

سخن آخر

تمام کسب و کارها فقط به دنبال این هستند که بیشترین سود را از بازار هدفشان کسب کنند. اگر رقیبی نباشد به طبع هیچ سودی در کار نخواهد بود. شاید، بودن رقبا معایب زیادی داشته باشد اما با وجود آنها، مزایای زیادی هم نصیب شما خواهد شد و آن چیزی نیست به جز بالا بردن کیفیت و استفاده از ترفندهای بازاریابی نوین.