

كسب زبائن دائمين مدى الحياة

تحديد القيمة الفريدة لعرضك

بقلم جاك ر. هوي

أشد التحديات صعوبة بالنسبة لأصحاب الأعمال التجارية أن تكون مقتصرة على عرض وحيد القيمة (UVP). أنا مذنب كغيري. في محاولتي الثالثة بأن أكون متعهداً كافحت مدة ثلاث سنوات كي أكون شيئاً ما، ثم شيئاً آخر، قائلاً لنفسي إنني بهذا أتكيف مع السوق. كنت أخشى أن أحصر نفسي في شيء محدد خوفاً من الفشل. وبكل تأكيد، وكما يخبرنا كبار المؤلفين، ما ركزت عليه حصده - الفشل. بالتأكيد لم يكن سقوطاً وموتاً أو فشل الإفلاس، بل فشل في إنجاز أهدافي وتطلعاتي الراسخة. حاول أصدقائي مساعدتي على إيجاد الكلمات الصحيحة لوصف موقعي في العمل. كانوا يقرؤون مادتي ويقولون «حسناً، ولكن ما الذي تقدمه؟ ماذا تريدنا أن نشترى؟» والجواب الذي كان يتردد في داخلي، اشتروني. ثقوا بي! ولكن هذا لن يتحقق حتى تصبح ممثلاً، أو فناناً.

النضال من أجل تحديد أهميتك الفردية بالنسبة للسوق الذي تريد أن تخدمه هو أحد الجوانب الأكثر صعوبة، وأهمية أيضاً، للبدء بعملك التجاري. لذا فإن الإتيان بحل يجب أن يسبق جميع النشاطات لتطوير مشروع ما. دون قيمة وحيدة تقدمها إلى السوق فإن خدمتك أو إنتاجك هما مجرد سلعة أخرى في ظل منافسة لا حد لها. ولكن حتى ملك السلع «وال-مارت/ Wal-Mart» لديه عرض فريد القيمة (UVP) - إذا كان وال-مارت بحاجة إلى UVP فكيف يسعك أن تتجاهل حاجتك لذلك في عملك التجاري الصغير؟

العرض الفريد القيمة هو أساس إيجاد علاقة عمل خلاقة، تلك التي تنجو من العواصف وتصمد أمام المنافسة. إنها تساعدك على إيجاد زبائن مدى الحياة. إنها

تساعد على تعزيز عمك التجاري كوجود في وسط الجماعة. على سبيل المثال، أنا لا أملك علاقة عمل طويلة الأجل مع الشخص الذي يجزّ عشبي، على الأقل لن تكون قائمة على عرض وحيد القيمة UVP. إن أفسد الأمور سيذهب - انتهى. وسيأتي شخص غيره ويقوم بالعمل على أكمل وجه.

وعلى النقيض من ذلك فإن بوب ساندلين، الرفيق الذي كان يجز مرجي منذ اليوم الذي انتقلت فيه إلى منزلي حتى اعتزل في مزرعته في شرق تكساس كانت لدي علاقة عمل معه. كانت علاقتنا قائمة على عرض فريد القيمة -UVP- تلك كانت أقصى ساحة له وكذلك لي. كان بوب ساندلين يفتخر بعمله ويعتني به، ويهتم اهتماماً بالغاً بأدق التفاصيل، كما كان حريصاً على أداء الأشياء بشكل صحيح، كما كان راغباً دوماً في الوصول إلى الميل الأخير من أجل دخول بيوت تجعله صديقاً محبوباً. وإذا ما تخلف يوماً كنا نقلق على صحته، ولطالما تناقشنا وألحنا على إعطائه زيادات دورية في الراتب.

بدأ بوب علاقة العمل بيننا بأسئلة سهلة. كان يقود قرب منزلنا الجديد وكنا في الفناء الذي ما يزال قذراً. هنا على البيت الجديد الذي صممناه وبنيناه. ثم سألت ما إذا كنا سنبذر مهاداً أو نكسو بالأعشاب؟ قلنا إننا نميل إلى زرع البذور. سألنا ما إذا كنا نفكر ببرمودا، أو الجاودار أو عشب العكرش أو الزويا؟ كنا نفكر في برمودا - قال هذا اختيار جيد، في هذا المناخ، سوف ينمو بأقل مقدار من الماء ويبدو جميلاً حقاً. أكمل تسوقه الحاذق (أرجو ألا يكون سمعني أقول هذا لأن هذه لم تكن مقاربتة - إذ كان في سبيله فحسب) سألتني ما إذا كنت أملك حصادة، ولما كنت مالكة جديداً لمنزل ذي حديقة كان جوابي لا. قال «حسناً لا حاجة لشراء واحدة. سوف أجتز الفناء من أجلك عندما تجهزه وسأجعلها يبدو جميلاً». ثم ذكر لنا قائمة بأسماء الجيران الذين كان يجز لهم العشب من مروجهم وكنا معجبين ببيوتهم. سألته: وهكذا كم سيكلفنا ذلك؟ أخبرني بسعره وبعد ذلك استمرت علاقة العمل بيننا مدة عشرين عاماً دون أن تضطرب أبداً.

لقد اتخذ بوب لنفسه زبوناً مدى الحياة - هو أنا. ليس هناك صفقة أرخص. ولا شركة أكبر. لا أحد يمكن أن يحل محل بوب. كان بوب صديقاً تملك فناء بيتي أكثر مني. كان

معجباً به وكنت أعرف ذلك. وكان لدى بوب جميع الزبائن الذين أرادهم دوماً. لم يكن يعلن عن نفسه أمام أحد، كل ما في الأمر أنه كان في بعض المناسبات يتوقف ويقول «مرحباً لسكان جدد في الجوار ويسألهم ما إذا كانوا سيقومون بالبذار أو نشر طبقة المهاد.

إذا كان الرجل يستطيع أن يخلق علاقة قيمة تستمر قرابة 20 عاماً فهل تستطيع أن تقوم بما هو أقل من ذلك في عملك؟

الآن، إذا سألت بوب إذا كان لديه UVP سوف ينظر إلي ويعتقد أنني مصاب بضربة شمس. ولكنه كان الشخص الذي عاش، وكان لديه كل التسويق الذي كان يحتاج إليه دوماً كي يحصل على كثير من الأعمال بقدر ما أراد لكل حياته. هل تستطيع أن تقول الشيء نفسه؟

بوب ساندلين لم يجز العشب. بوب ساندلين كان فخوراً بعمله ويريدك أن تكون فخوراً به أيضاً. وكان مهتماً بشعورنا أكثر من اهتمامه بما سندفعه إليه من مال. وبالتالي لم يكن يسعى إلى زبائن. كان يعيش UVP خاصاً به.

أخيراً عرفت ماذا ستكون محاولتي الثالثة في العمل المستقل. في اللحظة التي تبلورت فيها الفكرة في رأسي تغير كل شيء. بدأ الناس يرغبون في مساعدتي، وجاءت عروض الفرص أثناء محادثات دون أن أطلب ذلك من أحد. ثمّة أناس لم أتحدث إليهم منذ سنوات اتصلوا بي لدعوتي وللتأكيد إنني كنت في الطريق الصحيح. كانت القيمة واضحة جداً، وفريدة جداً، ومغرية جداً، بحيث جذبت الفرص إليها كالمغناطيس.

إذاً، هل هناك عملية لتحديد UVO الخاص بك؟ هل ثمّة أسلوب أو قاعدة يمكن أن تتبعهما؟

سل نفسك -ماذا تحب أن تفعل؟ ما الذي يوقظك كل صباح وأنت في قمة النشاط والرغبة للقيام به؟ لماذا هو مهم بالنسبة إليك؟ (أحدرك من شيء واحد هنا: إذا كان جوابك أن تغير حياة الناس - تأكد أنه يحق لك القيام بذلك). ركز على محبتك لهذا

العمل وعندها سيكون عرضك الفريد القيمة واضحاً. وعندما يتحقق ذلك فإنك أنت أيضاً سيكون لديك زبائن مدى الحياة!

بنود العمل

من أجل كسب زبائن دائمين مدى الحياة أنت تحتاج إلى تبني المبادئ الأربعة الآتية، كما أوضح بوب ساندلين، في جميع معاملاتك الخاصة بالعمل:

1. التواصل: أصغ أولاً، أظهر الاحترام، اسأل الزبون كيف يريد أن يُعامل، واجعل اتصالك مفتوحاً، وأميناً، وحميماً، وعادلاً.

2. المسؤولية: عليك أن تأخذ على عاتقك المسؤولية الكاملة عن أفعالك، ومقاصدك، واتصالاتك. الزبائن يحبون أن يعرفوا أنهم يستطيعون الاعتماد عليك.

3. الأمانة: تطلّع إلى طرق تميزك عن غيرك؛ وسع نطاق الثقة بك؛ افعل الصحيح عبر أولئك الذين يحبون كل ما هو صحيح؛ واجعل اهتمام زبائنك له المقام الأعلى في تعاملك.

4. النتائج: تحمل المسؤولية القانونية، انتبه إلى التفاصيل، أوجد شفافية، وقم بالتزاماتك.

هذه المبادئ ستخدمك، سواء في العمل أو الحياة. تذكر: نحن نحكم على أنفسنا بنوايانا، الآخرون يحكمون علينا بأفعالنا.

جاك ر. هوي **Jack R. Howe**: لديه خبرة تزيد على خبرة ثلاثين عاماً في إدارة الأعمال، والمبيعات، وإدارة المبيعات في بيئات عملياتية معقدة. تتضمن خلفيته خبرة في الصناعة، شركة حسابات/ واستشارات كبيرة، وفي الممارسة الخاصة. زبائنه شركات برأسمال مليارات من الدولارات وشركات عملاقة بدأت بدايات قوية. وعلى صعيد الممارسة الشخصية فقد طوّر أدوات عمل مبتكرة وحلولاً لإعادة صياغة المشروعات التجارية من أجل تحقيق ربح أكبر. هوي متحدث عام، ومعلم مخلص ومدرب ومؤلف

كتاب «من فضلك لا تُخبر أُمي أنني بائع»، وكتاب «30 دقيقة للاستعداد للاجتماع» وهو على وشك إصدار «المبدأ الأول لزبائن دائمين مدى الحياة». لمزيد من المعلومات يمكنكم زيارة الموقع الآتي: www.30minsto.com أو www.ceotoolbet.com ويمكنكم مراسلته على: jack@ceotoolbet.com.

حقوق النشر ©2006، جاك هوي.

جميع الحقوق محفوظة.

لا يمكن استخدام أي جزء من هذه المقالة وإعادة نشرها أو ترجمتها بأي شكل أو وسيلة بشكل إلكتروني أو آلي بما في ذلك التصوير أو النسخ أو التسجيل أو تخزين المعلومات دون إذن خطي من الكاتب باستثناء استخدام عبارات مقتضبة منها في أي بحث أو دراسة.