

- Deliver on Price, Quality and Speed
- Successful businesses deliver on all 3 fronts to win and keep customers.
- From Business on Main | December 17, 2009
- By Barbara Findlay Schenck

التسويق

نجاحك يتوقف على السعر والجودة والسرعة
يقوم العمل التجاري الناجح على ثلاثة أسس ويحارب على ثلاث جبهات لاكتساب العملاء والاحتفاظ بهم.

بقلم : بارتارا فندلاي شينك Barbara Findlay Schenck

فيما مضى كانت الشركات و المحال تكتب شعارات مثل « السعر - الجودة - السرعة : عليك أن تختار اثنين فقط من بينها ».

وكان العملاء يتوقعون دفع مبالغ خيالية من أجل الحصول سريعا على سلعة أو خدمة ذات جودة عالية ، وللحصول على سلعة جيدة بسعر منخفض كان عليهم الانتظار طويلا ، وأما إذا أرادوا استلام السلعة سريعا وبسعر منخفض فكان عليهم التنازل عن الجودة العالية.

هذا فيما مضى أما الآن فقد اختلفت توقعات العملاء إذ أصبحوا يريدون أو ربما اعتادوا الحصول على ثلاثية السعر والجودة والسرعة، وبناء على ذلك أصبح على الشركات أن تكافح لتفوق على الثلاث جبهات حتى تستطيع اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم .. وفيما يلي بعض النصائح التي تساعدك في التوصل لهذه النتائج :

عليك إجادة كل شيء والتميز بشيء معين

ينتظر العملاء من شركتك أن تقدم لهم الجودة والأسعار المناسبة و الخدمات

السريعة ، ولكنهم لا يتوقعون منك أن تكون صاحب الريادة وأفضل من في السوق بالنسبة للثلاث جهات .

ما تفعله: عليك تقييم الكيفية التي تستطيع بها سلعتك المنافسة من حيث السعر والجودة والسرعة ، وتأكد من أنك أفضل من منافسك في واحد من هذه المجالات الثلاث ومن أنك قوياً بما فيه الكفاية لتستطيع المنافسة في مجال ثاني .

أمثلة :- عرفت كل من شركة «ساوث ويست» «جيت بلو» بأسعارها المنخفضة في رحلات الطيران كما عرفنا أيضاً بتوفير الراحة للعملاء . واشتهرت شركة «نوردستروم» بجودة السلع والخدمات وكذلك التخفيضات الموسمية والسياسات المناسبة للأسعار . ومطاعم «دومينو» تقوم بتوصيل البيتزا إلى المنازل بسرعة مشهودة وأسعار منخفضة مع جودة عالية وفي المقابل حصلت على الجوائز في إرضاء العملاء .

دعم جانبك القوي

يحدد العملاء وجهتهم للحصول والخدمات والمنتجات والوجبات وكل ما هم مستعدون لشراؤه وفقاً لمدى اعتقادهم بأن الشركة سوف تلبي احتياجاتهم ورغباتهم فإذا كانوا غير متأكدين من أن شركتك سوف تلبي هذه الاحتياجات فإنهم سيضطرون إلى اختيار شركة منافسة يثقون في قدرتها على تلبية احتياجاتهم .

ما تفعله : حدد ما يميزك عن غيرك وحسنه ودعمه .

● فإذا كانت منتجاتك تنافس بسعرها فاحمي وضعك بمراقبة تكاليفك بكل دقة وروج لأسعارك بكل قوتك للحصول على حجم مبيعات يعوض هامش الربح القليل الذي يحدده قادة السعر المنخفض لأنفسهم .

الأمثلة : تقدم شركة «إكسبيديا» عروضاً بأفضل الأسعار وتدفع فارق السعر إذا وجد العميل عرضاً أقل سعراً على الإنترنت خلال ٢٤ ساعة .

مجموعة فنادق Hotels.com تربط أسعارها بأقل سعر في الفترات التي تزداد فيها نسبة إلغاء الحجز.

• إذا كان أداؤك سريعاً للخدمات فحافظ على سرعتك بكل ما أوتيت من قوة بتنمية وتعزيز وصل موافيك وقدراتك على سرعة الأداء .

الأمثلة : دأبت خطوط هاواي الجوية على الإعلان عن سرعة أدائها و بأن مطاعمها تقدم وجبة الإفطار بعد خمسة دقائق بالضبط وإلا فإنها ستقدم الوجبة مجاناً. وتستخدم المشروعات القائمة على الانترنت تقديم الضمانات للتسليم لتحقيق سرعة الشراء.

• إذا اشتهرت شركتك بأن منتجاتها فائق الجودة - و تحظى بسمعة طيبة فحافظ على هذه السمعة بتجويد وتحسين ما أنت بارع فيه أصلاً.

الأمثلة : تقدم شركة «مرسيدس بنز» أحدث ما أنتجته من السيارات بتصميمات جديدة داخلية وخارجية . وشركة «نايك» تعيد هيكلة مؤسستها لتقترب أكثر من العملاء ، وكل الشركات في كل مكان تعلن عن قائمة عملائها الجدد من الشخصيات البارزة وما تحصل عليه من جوائز وما تقدمه من ابتكارات وتجديدات و الجهد الذي تبذله لتحسين أوضاعها بصفة مستمرة.

واجه نقاط ضعفك وتغلب عليها

لكي تنمي أعمالك يجب أن تجتذب العملاء الذين يعتقدون أنك لن تقدم لهم إلا ما يريدونه ويقدرونه.

ما تفعله : تعرف على أسباب عدم إقبال العملاء على سلعتك و ماذا يريدون وما هو الشيء الذي لا تقدمه لهم؟ فإذا كان اتطباعهم خاطئاً فأثبت لهم العكس . وإذا كانوا على صواب عليك أن تعزز قدراتك لكي تكسبهم كعملاء .

الأمثلة : تجاهد شركة «ليكساس» التي اشتهرت بالجودة في أن تنافس في

مجال أيضا في مجال الأسعار بتنظيم «احتفالية الفرصة الذهبية للمبيعات» للترويج لمبيعاتها وترفع شعار «إنها فرصة اليوم لتكون ليكساس إلى الأبد» تروج مجموعة الفنادق لعروضها على أساس أنها «قيمة .. وخيالية» ، وتقوم شركة «نيتفليكس» المعروفة بجودة ما تنتجه من إسطوانات الفيديو بتقديم عرض التوصيل السريع المجاني بالبريد وأعلنت عن برنامج أسمته «شاهد كل ما يمكنك مشاهدته» حتى تستطيع ضم المزيد من المشتركين.

تحرك اليوم : إذا كانت الشركات العملاقة تتحرك باستمرار لتواكب متطلبات السوق واحتياجاته .. فمما لا شك فيه أن مشروعك الصغير يستطيع أيضا أن يتكيف لظروف السوق، فتحرك اليوم.

