

لا شهرة من دون تمييز

إذا كنت لا تستطيع أن تعرف كيف تمييز، فكيف سيعرفك الآخرون؟

بقلم: هيلاري كيز

Hilary Kays

التعرف علي أوجه تميز شركتك والارتقاء بها هو مفتاح النجاح للعلاقات العامة ، سواء كنا نتحدث عن المدرسة القديمة للعلاقات العامة أم التيار الحديث للإعلام الاجتماعي .

وإذا كنت تستخدم المنافذ العادية للإعلام مثل الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية الأرضية أو المنافذ الأخرى الحديثة علي الإنترنت مثل مواقع ((تويتر، لينكد إن ، فيس بوك)) ، فإن فهمك لأوجه اختلافك عن بقية منافسيك هو الذي سيصل بك إلى ما تصبو إليه . وعالم الأعمال مليء بالشركات التي تبيع منتجات مماثلة لمنتجاتك ، وتعرض أيضاً خدمات شبيهه لخدماتك ؛ ومن ثم فالشركة التي تنتج بالفعل منتجاً فريداً ومتميزاً هي بالطبع شركة متميزة وفريدة من نوعها .

ولنلق نظرة على بعض المجالات في شركتك التي قد تعدّ موضعاً للتمييز :

أولاً: يجب أن يكون المنتج أو السلعة المبيعة مختلفة إلي حد ما ، حتى لو كانت ليست جديدة تماماً . فابدأ من هنا وابحث إذا كنت تستطيع أن تقدم شيئاً مختلفاً عما يقدمه الآخرون في الصناعة نفسها . فإذا استطعت هذا ، فبالأكيد سيكون هذا عاملاً أساسياً في أن تصبح متميزاً بالنسبة إلي عملائك المستهدفين .

حتى لو كان المنتج غير مختلف ، مثله مثل كل المنتجات الأخرى التي تعج بها المخازن وأرفف المتاجر ، لا تقف عند هذا الحد ؛ فعليك أن تفكر في الكيفية

التي تم بها تصنيع المنتج ؛ فهل لديك التكنولوجيا التي تجعله أسرع وأفضل ؟ هل تستخدم آلات مختلفة ؟ ربما إنك استوردت شيئاً من الخارج جعلك مختلفاً عن الآخرين. وماذا عن المواد الخام التي تستخدمها ؟ لعلها تكون مختلفة عما يستخدمه المنافسون في منتجاتهم.

كما أن هناك اعتباراً آخر وهو كيفية توصيل المنتج . فهل قنوات التوزيع لديك فوق العادة ؟ من الذي يقوم ببيع منتجك ؟ هل يجده الجمهور بطريقة اعتيادية أم تلجأ إلى طرق مبتكرة ؟ ففي بعض الأحيان تكون هذه طريقة للتمييز ، ليس فقط في كيفية تحقيق مبيعات ، بل في طريقة تسويقها.

دعنا الآن نتقل إلى عامل آخر ، ألا وهو الموظفون بشركتك . فلنبدأ بك وبأسلوبك في الإدارة . فقد رأيت شركات كثيرة تنتج سلعاً عادية ، ولكن أسلوبها في الإدارة يجعل من منتجاتها شيئاً ليس له مثل .

وكثيراً ما ينعكس أسلوب الإدارة بدوره على العاملين بالشركة . فلدينا أمثلة كثيرة على أن ما يغرم به المراسل الصحفي هو الطريقة التي تدار بها الشركة ، وكيف يتعاون العاملون في إطار ((ثقافة)) الفريق .

وما زلنا في مجال التحدث عن العاملين ، ففي بعض الأحيان يكون لدى الشركة موظف ماهر أو أكثر يستطيعون جذب انتباه الإعلام للشركة ، فقد رأيت في كثير من المواقف أحد الموظفين لديه موهبة قصصية ، وليست قصة مثيرة للسمع فحسب ، بل يصبح هذا الموظف أحد الأصول المهمة للشركة .

وفي بعض الأحيان ، تكون هناك هواية ما ، وقد تكون هذه الهواية للمدير التنفيذي نفسه أو لأحد الموظفين بالشركة . فقد تعاملنا مع شركة ما كانت هواية المدير التنفيذي فيها هي القفز بالمظلات . وقد كانت الشركة راكدة عندما تسلمها ، وبعد ذلك أصر علي أن يشاركه طاقم العمل هوايته في القفز بالمظلات .

أنا لست متأكداً أنهم قاموا بذلك ، ولكن المراسل الصحفي لصحيفة (فورييس) كان في متهي الإثارة حتى إنه أفرد صفحتين بالمجلة لهذا الموضوع وقام بتدعيمها بالصور . بالطبع لم يكن لهذا أي علاقة بالمنتج الذي تصنعه الشركة ، ولكن كان هذا الموضوع كفيلاً بأن يثير الاهتمام بالشركة ومنتجاتها فيما بعد .

وهناك اقتراح آخر : ابحث في العلاقات التي تمتلكها في المجتمع المحيط بك ، فقد تكون تذكرتك للعبور هي العلاقات الإنسانية التي تثبت بها أنك مواطن صالح ، ومن ثم تستطيع جذب الانتباه إلى شركتك عن طريق هذا المدخل .

والخلاصة من كل النقاط السابقة ، إنه بغض النظر عن البحث وراء العلاقات العامة ، فليس هناك مفر من أن تكون مختلفاً ومتميزاً عن الآخرين . وقد وجدنا أنه عندما يأتي شخص من خارج الشركة وي طرح عدة أسئلة ؛ لأنه ينظر إلى الشركة بمنظور مختلف ، قد يصنع المعجزات ؛ وتستطيع أنت أيضاً أن تقوم بالشيء نفسه إذا اعتبرت نفسك غريباً عن الشركة ونظرت إليها من الخارج ، فما استراه عندئذ كفيلاً بأن يحقق لك المفاجآت .

هيلاري كيز ، هي مؤسسة شركة للعلاقات العامة ، حازت علي جوائز في مجالات العلاقات العامة ؛ إذ اشتهرت بقدرتها علي تحقيق المصداقية والشهرة للشركات من خلال مجموعة من الأساليب سواء التقليدية أو المبتكرة .

