

# افزایش آگاهی از برندهای کسب و کار

## ۱. شروع

مشخص کنید چه چیزی برای مشتریان تان مهم است. اگرچه می‌توان به صورت کلی و عمومی از ارزش برند در قبال محصولات کسب و کار استفاده کرد، اما مهم است بدانید نظر مشتریان درباره این ارزش‌ها چیست. می‌توانید این کار را به طرق مختلفی که در ادامه تشریح شده انجام دهید.

### اقدام به اجرای پیمایش‌های مشتریان نمایید.

برای پی بردن به این موضوع که از نظر مشتریان تان چه چیزهایی ارزشمند هستند، پیمایش را انجام دهید. می‌توانید این کار را از طریق یک شرکت متخصص تحقیقات بازار انجام دهید به گونه‌ای که پاسخ دهندگان احساس کنند این پیمایش به صورت مستقل از فعالیت‌های شما انجام می‌شود.

### یک گروه کانونی تشکیل دهید.

می‌توانید از یک گروه کانونی برای پرداختن به عرصه‌های یکسان همچون پیمایش مشتریان استفاده کنید. این کار شما را قادر می‌سازد تا موضوعات را با عمق بیشتری بررسی کنید. این گروه‌ها برای شناسایی موضوعات مربوط به ایجاد نام تجاری که مدنظر مشتریان هستند، ارزیابی واکنش مشتریان به تغییرات بالقوه یا شناسایی مسائلی که مشتریان تجربه می‌کنند، اهمیت فراوانی دارند.

### روندهای صنعتی را ارزیابی کنید.

انجمن‌ها و ناشران صنعتی اقدام به انجام و انتشار پیمایش‌های منظم در مورد رفتارهای خرید مشتریان در بخش صنعت می‌کنند. این پیمایش‌ها مؤید موضوعاتی هستند که وضعیت کل بازار را نشان می‌دهند.

### نیازهای خرید مشتریان را بیابید.

تعداد ربه رشدی از مشتریان کسب و کارها از معیارهای رسمی برای ارزیابی عرضه‌کنندگان بالقوه و نظارت بر عملکرد آنها استفاده می‌کنند. این معیارهای خرید نشانگر عواملی هستند که به اعتقاد مشتریان شما مهم بوده و می‌توانند به شناسایی پیام‌های کلیدی که باید در ارتباطات خود بگنجانید، کمک کنند.

### برای ارتباطات خود از تمامی مجاری موجود استفاده کنید.

بازاریابی و تبلیغات مهم‌ترین ابزار برای افزایش آگاهی هستند. البته، مجاری مستقیم و غیرمستقیم دیگری نیز وجود دارند مانند:

- محصولات
- خدمات
- بسته‌بندی
- امکانات توزیع
- وبسایت‌ها
- امکانات خدمات مشتریان
- ایجاد نام تجاری برای محصول
- آیا محصولات شما نمایانگر ارزش برند شما هستند؟ مهم‌ترین ارزش‌ها عبارتند از:
  - تناسب هدف
  - ارزش پول
  - کیفیت
  - قابلیت اشاعه
  - محصولات ثابت شده
  - سرمایه‌گذاری بر روی توسعه محصول
  - ضمانت
  - محصولات سفارشی

آگاهی از برندهای کسب و کار یک عامل مهم در تصمیمات خرید مشتریان است. ارزش برندها مرتبط با حوزه‌های بسیاری است که از ویژگی‌های محصول تا ابعاد کمتر ملموس فعالیت‌های شرکت را در بر می‌گیرد. مهم است تا ارزش‌های کلیدی برند خود را شناسایی کنید و ببینید مشتریان مختلف چه دیدگاهی پیرامون محصولات و کل شرکت شما دارند.

## ۲. پرسش‌ها

### اهمیت برند در بازارها چقدر است؟

اغلب، ایجاد نام تجاری به عنوان یک رشته بازاریابی برای کالاهای مصرفی تلقی می‌شود. البته، تجربه صنعتی نمایانگر آن است که خرید کسب و کارها از یکدیگر فرآیند پیچیده‌ای است که تحت تأثیر برداشتها و حقایق موجود در قبال عملکرد قرار دارد.

### آیا ارزش برندها در تمامی بازارها یکسان است؟

تحقیقات نشان می‌دهند که مشتریان مختلف تأکید متفاوتی بر ارزش برندها دارند. بازاریابی مستقیم نشان می‌دهد که ارزش برندها حتی فراتر از آن چیزی است که در رسانه‌ها نمایش داده می‌شود.

### اگر شرکتی از نظر ارزش برند خود ضعیف عمل کند، آیا باید تمرکز خود را بر روی افزایش چنین ارزش‌هایی معطوف کنیم؟

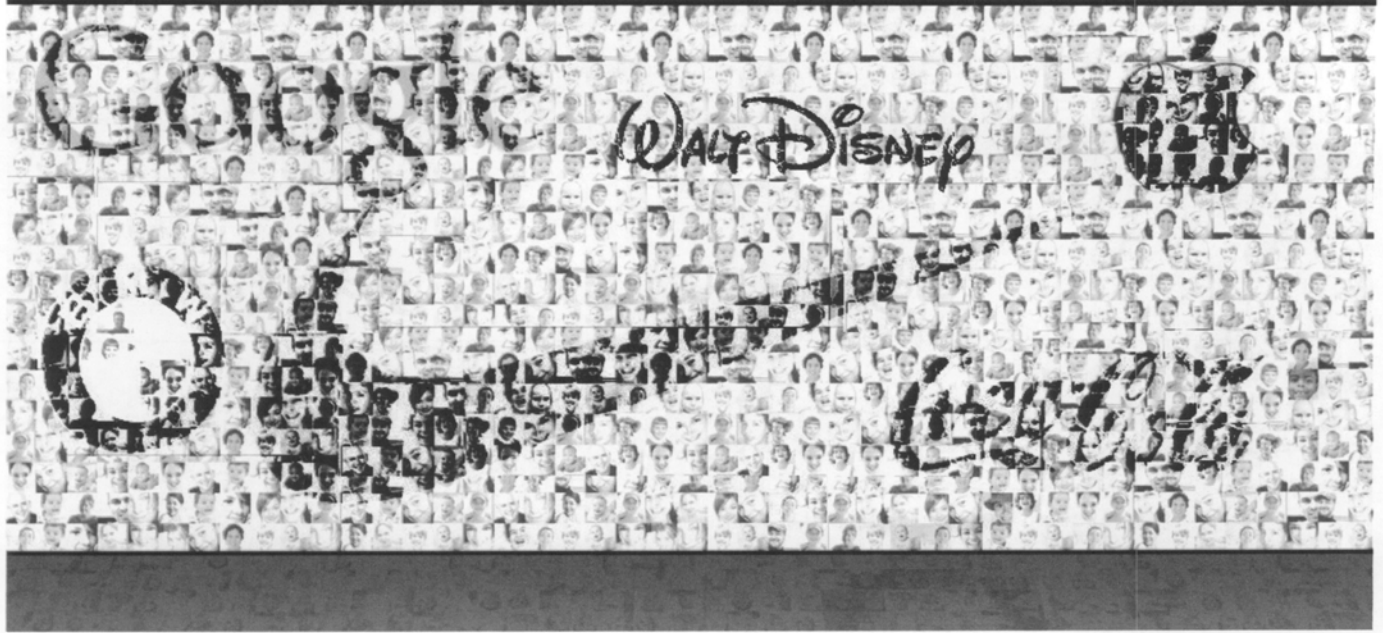
بله، البته زمانی که مطمئن هستید شرکت شما می‌تواند به وعده‌هایش عمل کند. اگر شرکت شما در حوزه‌های مهم ضعیف است، اول اقدامات اصلاحی را در این حوزه انجام دهید.

## ۳. عملی ساختن آن

### ارزش‌های کلیدی برند کسب و کار خود را شناسایی کنید

خصوصیات کلیدی برند یک کسب و کار عبارتند از:

- تناسب هدف
- ارزش پول
- کیفیت
- قابلیت اشاعه
- مسئولیت‌پذیری شرکت
- محصولات ثابت شده
- سرمایه‌گذاری بر روی توسعه محصول
- توزیع
- مالی
- پشتیبانی خدمات
- آموزش
- ضمانت
- محصولات سفارشی
- مشارکت
- امور اجرایی
- خدمات مشتریان
- مشاوره
- حمایت فنی
- محیط
- سفارش دهی
- اطلاعات محصول
- تحویل
- پایگاه مشتریان



می تواند نقش بسزایی در برداشت مشتریان از شرکت شما داشته باشد.

### ایجاد ارزش برند از طریق وب سایت

یک وب سایت مناسب، جایی است که در آن عناصر مختلف فنی و طراحی در کنار هم باعث افزایش علاقه مندی مشتریان، اعتمادسازی، رشد ارزش محصول و رشد سودآوری می شوند.

### ۴. اشتباهات رایج

#### عدم توجه به دیدگاه ها و برداشت های مشتریان

تحقیق در مورد دیدگاه های مشتریان اهمیت زیادی دارد. شما باید بدانید مشتریان تان چه نظری درباره برند شما و ارزش های آن دارند. همچنین تغییرات در دیدگاه های آنها را بررسی کنید.

#### نادیده گرفتن اولویت های مشتریان

تحقیقات صنعتی می توانند نگرشی گسترده را در مورد ارزش نام تجاری که برای مشتریان مهم است در اختیار شما قرار دهند. البته، مهم تر آن است که درک کنید مشتریان چه امتیازی را برای این ارزش ها قایل هستند. این امر تنها از طریق تحقیق مستمر پیرامون نیازهای فردی مشتریان میسر است.

#### نادیده گرفتن مجاری مهم ارتباطی

ارزش نام های تجاری از طریق مجاری مختلفی نه صرفاً ابزار تبلیغات و بازاریابی به اطلاع دیگران می رسد. مطمئن شوید که هر جنبه از کسب و کار شما منعکس کننده همان ارزش نام تجاری است که اهمیت زیادی برای مشتریان شما دارد.

اگر تحقیق در مورد مشتریان نشان می دهد که شما در این حوزه ها ضعیف هستید یا اگر مشتریان از نقاط قوت شما آگاه نیستند، باید نگاهی دقیق به برنامه توسعه محصول خود بیندازید.

### ایجاد نام تجاری برای خدمات

توانایی خدمات دهی می تواند به متمایز ساختن یک شرکت کمک کند. در این جا، ارزش های برند عبارتند از:

- پشتیبانی خدمات
- آموزش
- ضمانت
- مشارکت
- مشاوره
- حمایت فنی

بسیاری از شرکت ها اهمیت ارائه خدمات به مشتریان شان را جدی نمی گیرند و بنابراین نمی توانند به توانایی خوبی در زمینه خدمات شان دست یابند. افزایش آگاهی در مورد خدمات یکی از مهم ترین ابعاد آگاه سازی دیگران از برند شما است.

### ارزش برند خود را از طریق بسته بندی خود اعلام کنید

بسته بندی باعث افزایش آگاهی از ارزش برند و هویت سازمانی شما می شود. بسته بندی مناسب نمایانگر برخی ارزش های مهم برند شما است مانند استفاده از مواد دوست دار محیط زیست، کیفیت، اطلاعات محصول، سهولت انبارسازی، پردازش و تحویل.

### امکانات توزیع

امکانات توزیع شما می توانند به افزایش آگاهی از ارزش نام تجاری شما کمک کنند:

- تناسب برای هدف
- کیفیت
- مسئولیت پذیری شرکت
- توزیع
- پشتیبانی خدمات
- مشارکت
- امور اجرایی
- خدمات مشتریان
- تحویل

توزیع حوزه های است که اغلب در برنامه های ایجاد نام تجاری نادیده گرفته می شود اما

### ۵. برای اطلاعات بیشتر

کتاب:

«درک نام های تجاری»، دان کاولی، ۱۹۹۰.

وب سایت:

www.MarketingPower.com: انجمن بازاریابی آمریکا

«شما می توانید به سرعت معروف شوید اما باید نام تجاری عمیقی را برای خود ایجاد کنید» کارل لاینز<sup>۱</sup>