



شماره ۱: هدف یک کسب و کار چیست؟

خب اولین باری که من با این سوال برخورد کردم یا اولین باری که این سوال را شنیدم پاسخ من این بود که هدف یک کسب و کار کسب این است که سود کنیم. چیزی که باعث تعجب و شوکه شدن، و کمک همیشگی به من شد این بود که یاد گرفتم هدف یک کسب و کار کسب سود نیست، هدف یک کسب و کار خلق مشتری است. هدف همه تلاش های کسب و کارهای موفق به خلق مشتری متمرکز شده است و در مرحله دوم حفظ مشتری است. هدف همه تلاش های یک کسب و کار حفظ مشتریانی است که یک بار خلق کرده بودند. هزینه خلق مشتری برای بار اول بسیار زیاد است. هزینه حفظ مشتری به مراتب کمتر از هزینه خلق مشتری است. بنابراین کل فرایند بازاریابی از زمان شروع کار شما تا زمانی که تبدیل به یک گول چند ملیتی شوید باید متمرکز بر خلق و حفظ مشتریان باشد و اگر شرکت هایی را که بهترین عملیات بازاریابی را دارند نگرسته و مطالعه نمایید متوجه می شوید که هدف همه استراتژی های آن ها خلق مشتری و سپس حفظ بنیان مشتریان می باشد - ایجاد بنیان مشتری بر چارچوبی محکم تا در سال های بعد این مشتریان از بین نروند. ما چگونه مشتریان را خلق و آن ها را حفظ می کنیم؟ اجازه بدهید که ۳ کلید به شما بدهم. کلید اول، کیفیت است. کیفیت قدرتمند ترین استراتژی بازار است. مردم همیشه به سمت تامین کننده با کیفیت کالاها و خدمات می روند البته به همراه خدمات پشتیبانی. و بر اساس «مطالعات Pin» که از جامع ترین مطالعات راجع به عوامل سودآوری است، کیفیت و خدمات دهی عوامل جداکننده ی برنده ها می باشد و امروزه ما یک عامل مهمتر دیگر برای موفقیت نیز با نام روابط داریم. و امروزه ما بیشتر و بیشتر در می یابیم که کیفیت روابط است که تعیین کننده این موضوع است که ما تعداد زیادی مشتری را خلق و حفظ می کنیم یا خیر. بسیار خوب، حالا می رسیم به سوال دوم که زیر گروه بخش اول است و آن اینکه: هدف از بازاریابی چیست؟ هدف بازاریابی این است و باید آن را بنویسید، و آن را بر روی میز خود حک کرده و هر روز آن را بخوانید. هدف آن، ایجاد ادراک است، و این کلمه ی مهمی است. به این معناست که هر چیزی ادراک مشتری است نه واقعیت دنیای واقعی، بلکه چیزی است که مشتری از محصول یا خدمت شما درک می کند. ارزش افزوده منحصر به فرد ایجاد کنید -