گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۴۷۲۵۶۶
سه شنبه ۱۰ بهمن ۱۴۰۲ ۱۰:۲۸

برگرفته از کتاب گاو بنفش به نوشته ست گادین؛

گاو بنفش کسب و کارتان باشید

در این مقاله، مفهوم «گاو بنفش» را بررسی می‌کنیم. کسب‌وکار شما با تمرکز بر خدمت به‌جای فروش، قدرت بازاریابی دهان‌به‌دهان و فروش تجربه به‌جای محصول می‌تواند متحول شود. آماده شوید تا به دنیای محصولات قابل‌توجه شیرجه بزنید و کشف کنید که چگونه گاو بنفشی بسازید که همه درباره آن صحبت می‌کنند.<;br&#۴۷>

به گزارش آکادمی گزارش خبر، در بازار اشباع‌شده امروزی، جلب علاقه مشتریان و تمایز از رقبا برای کسب‌وکارها به طور فزاینده‌ای چالش برانگیز شده است. درحالی‌که تلاش برای متفاوت بودن یک استراتژی رایج است، کافی نیست خودمان را از دیگران متمایز کنیم. نکته کلیدی در ارائه یک «محصول قابل‌بحث» نهفته است، محصولی که گفتگوهای مردم را جهت می‌دهد و تاثیری ماندگار بر مشتریان می‌گذارد.

در این مقاله، مفهوم «گاو بنفش» را بررسی می‌کنیم. کسب‌وکار شما با تمرکز بر خدمت به‌جای فروش، قدرت بازاریابی دهان‌به‌دهان و فروش تجربه به‌جای محصول می‌تواند متحول شود. آماده شوید تا به دنیای محصولات قابل‌توجه شیرجه بزنید و کشف کنید که چگونه گاو بنفشی بسازید که همه درباره آن صحبت می‌کنند.

محصولات قابل‌توجه: جلب‌توجه مشتری

احتمالا درباره اصطلاح اسرارآمیز «گاو بنفش» و اینکه چگونه بر شما و کارتان تاثیر می‌گذارد شنیده‌اید. گاو بنفش به عبارت ساده، ارائه چیزی به مشتریان است که واقعا می‌خواهند در مورد آن صحبت کنند. درواقع از دیگران متمایز می‌شویم و نشان‌دار می‌شویم، چون مردم درباره ما صحبت می‌کنند.

نه فقط گاو بنفش، یک گاو بنفش قابل‌بحث

همه در تلاش هستند تا کسب‌وکار خود را متمایز کنند، اما تلاش برای متفاوت بودن کافی نیست. شما باید یک پیشنهاد یا محصولی ارائه دهید که باعث گفتگوی دیگران شود. اگر مشتریان شما ارزش و اهمیت را در پیشنهاد شما بیابند، می‌توان گفت قابل‌توجه است. قاعده ساده است – اگر آنها در مورد محصول شما اظهارنظر کنند، فوق‌العاده است.

دیدگاه جدید برای بازاریابی بهتر: خدمت قبل از فروش

فکر مکتب قدیم مبنی بر اینکه بازاریابی همه چیز در مورد تبلیغات و تبلیغات تهاجمی است، دیگر درست نیست. بازاریابی مدرن درباره داستان‌سرایی است. این در مورد ارائه یک روایت معتبر است که مخاطبان هدف شما را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد و آنها را تشویق می‌کند تا اقدام کنند و اخبار را منتشر کنند. گاو بنفش داشتن، ارائه چیزی جالب به مشتریان است که می‌خواهند به اشتراک بگذارند.

استراتژی کسب‌وکار خود را بسازید: محصول قبل از تبلیغ

همان‌طور که استراتژی بازاریابی خود را طراحی می‌کنید یادتان باشد هدف باید تمرکز بر خدمت به مشتری باشد و نه فقط فروش یک محصول. حتی عالی‌ترین محصولات نیز برای پیشرفت به تبلیغات دهان‌به‌دهان قوی نیاز دارند. مشتری باید آن‌قدر تحت‌تاثیر محصول شما قرار بگیرد که نتواند در مورد آن صحبت نکند.

بازاریابی توصیه‌ای قوی‌تر از تبلیغات است

تا حالا فکر کرده‌اید برندهایی که در سال‌های اخیر تصاعدی رشد کرده‌اند، مانند گوگل، فیسبوک اغلب کمپین‌های تبلیغاتی سنتی را اجرا نمی‌کنند؟ آنها به‌شدت به بازاریابی دهان‌به‌دهان متکی بودند و به کاربران منتخب چیزی هیجان‌انگیز برای صحبت با دوستان خود می‌دادند. این چرخه ادامه یافت و باعث ساخته‌شدن یک برند قدرتمند شد.

تجربه بفروشید، نه محصول

به یاد داشته باشید درنهایت مشتریان شما دنبال تجربه‌های فراموش‌نشدنی هستند، نه فقط محصولات. برای آنها تجربه‌ای قابل‌توجه خلق کنید. اجازه دهید سفر محصول شما داستانی باشد که آنها مشتاق به اشتراک گذاشتن با محیط اطراف خود هستند. این باعث ایجاد سروصدا درباره شما می‌شود.

گاو بنفش باشید!

هدف شما نباید فقط داشتن کسب‌وکار باشد. باید گاو بنفش باشید – کسب‌وکاری که به مردم چیزی برای صحبت کردن می‌دهد. خدمات یا محصولی را ارائه دهید که فراموش‌نشدنی است، باعث ایجاد گفتگو و شکل گرفتن جامعه‌ای از هواداران متعصب می‌شود. این همان نوع بازاریابی است که امروزه برندهای اول جهان را شکل داده است. گاو بنفش قابل‌توجهی باشید که همه درباره آن صحبت می‌کنند. همین کافی است تا کسب‌وکار شما رونق بگیرد!

منبع:تیم تحریریه مدیرسبز/ژان بقوسیان