

۱۲ اصل برای ساخت برند ماندگار

برند ماندگار برای پیروزی می‌جنگد و تمام تخصص و امکانات خود را به موقعیتی که در آن قرار گرفته است، افرادی که درگیر ساخت برند ماندگار هستند و نحوه ارائه ارزش به مشتریان اختصاص می‌دهد.

برند ماندگار به خاطر بهتر بودنشان همواره انتخاب اول مشتریان هستند. یک برند ماندگار مانند شرکت‌های بی‌نام‌نشان رفتار نمی‌کند. این برندها دیده می‌شوند چراکه شخصیت خود را نمایان می‌کنند و روابط واقعی با مشتریان ایجاد می‌کنند و نظرهايشان را به اشتراک می‌گذارند.

برندتان را آن‌قدر نمایان و درگیرکننده کنید که نادیده گرفتنش برای رقبا مشکل باشد. برندهای ماندگار در حوزه کاریشان خودنمایی می‌کنند چراکه از رقابت هراسی نداشته و در محیط رقابتی بزرگان را به چالش می‌کشند. برندهای ماندگار نسبت به محصولی که ارائه می‌کنند به‌شدت متعهدند و فراتر از وظیفه خود عمل می‌کنند. در ادامه با ما همراه شوید تا به بیان ۱۲ اصل برای ساخت یک برند ماندگار به قلم جرمی میلر پردازیم؛

شفافیت برند

شفافیت به زبان ساده چیزی نیست جز توانایی توصیف ساده و خلاصه کسب و کارتان؛ یعنی اینکه چه چیزی کسب و کارتان را منحصر به فرد می‌رساند و به چه افرادی خدمت ارائه می‌دهد. شفافیت برند در ساده‌ترین شکل خود پایه و اساس یک ساخت برند ماندگار است. با این شفافیت است که کسب و کارتان راحت‌تر دیده‌شده و مراجعین شما بیشتر خواهد شد.

تغییر شرایط به نفع خود

برند ماندگار در همه‌جا حضور ندارد و خودشان انتخاب می‌کنند که در کجا حضور داشته باشند. این برندها با تمرکز روی بازارهای خاصی، با استفاده از مزیت رقابتی خود شرایط را به نفع خود تغییر می‌دهند.

ارائه محصولی مناسب مشتریان

باید بدانید که مشتریانانتان دقیقاً چه چیزی می‌خواهند و به این بیندیشید که چگونه می‌توانید خدماتتان را کامل‌تر نمایید. این اصل به دنبال ارائه خدماتی با ارزش‌افزوده می‌باشد که موردنیاز مشتریان است. باید توجه داشت که مشتریان محتوا و اصل موضوع را به‌ظاهر و رنگ و لعاب ترجیح می‌دهند و جذب شرکت‌هایی خواهند شد که به نیازهای واقعی‌شان پاسخ می‌دهند.

برند چشم‌نواز

برند ماندگار برندی بصری است، بینایی مهم‌ترین حس بشر برای ارزیابی برندها و تصمیم به خرید است. برای برندتان هویت بصری قوی بسازید و حس بینایی مشتری را برانگیخته و به مشتریان بقبولانید که کسب‌وکارتان منحصر به فرد است. مشتریان بر اساس آنچه می‌بینند قضاوت می‌کنند.

تجربه مشتری

برندهای ماندگار بر اساس مجموعه‌ای از تجربه‌ها ساخته می‌شوند. تجربه مشتری درک از برند را شکل می‌دهد. برند ماندگار تجارب جذابی را برای مشتریان فراهم می‌کند که موجب می‌شود آن‌ها دوباره به سمت کسب و کارتان بازگردند. توصیه می‌شود چیزی که موجب منحصر به فرد شدن کسب و کارتان می‌شود را پیدا کرده و به بهترین شکل ممکن در تجربه مشتری به کار بندید.

داستان برند و برندسازی

داستان برند

برندهای ماندگار فضای شلوغ تبلیغاتی بازارشان را کنار زده و مشتریان خود را درگیر داستان برندشان می‌کنند، داستان‌هایی که موجب ایجاد روابط خواهند شد. اگر بتوانید مشتریان را مجبور به گفتن عباراتی همچون "برایم جالب است، بیشتر بگوئید" توجهشان را جلب کرده‌اید و آن‌ها به صحبت‌هایتان گوش خواهند نمود.

ذهن مشتری

برندهای ماندگار اولین گزینه‌های مشتریان در زمان خرید هستند که به ذهنشان می‌رسند. این موقعیت بهترین جایگاه برای فروش است. در این مورد توصیه می‌شود که با مشتریان بالقوه و کسانی که شما را به دیگران معرفی می‌کنند از سه سال قبل ارتباط برقرار کنید. این ویژگی که در ذهن مشتری اولین گزینه باشید انتظارات مشتریان را تعیین و برای حل نیازهایشان قبل از خرید از جای دیگر ایجاد فرصت می‌کند.

حضور در همه‌جا

برندهای ماندگار همه‌جا حضور دارند و همیشه با هیاهوی بسیار فعالیت می‌کنند؛ اما آن‌ها برخلاف بزرگان کسب و کار پول زیادی هم برای تبلیغات خرج نمی‌کنند. آن‌ها به ایجاد جامعه‌ای از مشتریان می‌پردازند و روابط شکل گرفته را درجه‌بندی می‌کنند.

تعیین اولویت برند

شرکت‌های کوچک تا متوسط بودجه و منابع نامحدود مارکتینگ ندارند تا بتوانند به راحتی در میزان فروش تغییر ایجاد کنند. برندهای ماندگار فروش سریع‌تر و بیشتری دارند اگر به شکل مناسبی از منابع خود بهره ببرند. برای فروش بیشتر و دستیابی به برندی ماندگار بهتر است در هر مرحله روی یک اولویت همچون حجم فروش، سرعت و یا ارزش تمرکز کنید.

برندینگ همه‌جانبه

افراد، فرهنگ و ارزش‌های شرکت به‌مانند چسبی هستند که تاروپود برند را به هم متصل می‌کنند. این‌ها دست‌به‌دست یکدیگر می‌دهند تا نوآوری رشد کرده و بتوان تجربه‌های شگفت‌انگیزی برای مشتریان رقم زد. این پیوندهای قوی به شرکت اجازه می‌دهد تا کارمندان مناسب را جذب کرده و خدمات بهتری به مشتریان ارائه شود.

اصل خدمت‌رسانی

افرادی که به ساخت برندهای ماندگار می‌پردازند به کسب و کارشان (کارشان، مشتریانان و خدماتی که ارائه می‌دهند) افتخار می‌کنند. در نتیجه این رویکرد و تعهد بسیار به کارشان، مشتریانی را به سمت خود جذب می‌کنند که همواره به تحسین شرکت می‌پردازند. افتخار کردن زیادی دارد که شرکت را به‌سوی نوآوری و ارائه خدمات استثنایی سوق می‌دهد.

اصل اهداف بزرگ

برندهای ماندگار اهداف بزرگی دارند که این اهداف به برندشان انرژی می‌دهد. هیجان در کسب و کارشان ایجاد شده که قابل انتقال و ویروسی است. مردم دوست دارند تا به دلیل دستاوردهای شرکت با هم گفتگو کنند و به معرفی به یکدیگر بپردازند.