

خدمتی متفاوت! طعمی متفاوت! تصویری متفاوت!

علم بازاریابی، تاکید فراوانی بر متفاوت بودن محصول و خدمت دارد. تفاوتی که شما را از رقبایان به طور چشمگیری متمایز سازد و انگیزه کافی در خریداران ایجاد کند که محصول یا خدمت شما را انتخاب نمایند. نکته جالب اینجاست که مشاوران بازاریابی و تبلیغات در کشور ما در بعضی اوقات به جای صرف وقت و انرژی جهت شناخت نیازهای مشتریان و ایجاد تمایز در محصول، به این بسنده می‌کنند که کلمه متفاوت را در آگهی تبلیغاتی شرکتها به کار گیرند. حتما بارها این عبارات را شنیده‌اید: خدمتی متفاوت، طعمی متفاوت، تصویری متفاوت و...

کتاب «گاو بنفش» نوشته‌ای است از «ست گادین» با ترجمه «سید بهشاد یاسینی» که انتشارات فرا آن را منتشر کرده است. نویسنده کتاب می‌گوید: «وقتی چند سال قبل به همراه خانواده‌ام در فرانسه مشغول رانندگی بودم، مجذوب صدها گاوی شدم که در مرتعی در کنار جاده می‌چریدند. از شیشه اتومبیل، به این منظره چشم دوخته بودیم و از این که چقدر همه چیز می‌تواند زیبا باشد، شگفت‌زده بودیم. پس از بیست دقیقه، توجه‌مان را کم کم از آن گاوها برگرداندیم. گاوهای جدید به طور کامل شبیه گاوهای قبلی بودند و چیزی که تا پیش از این سرگرم کننده بود، حال دیگر عادی شده بود. بدتر از عادی، کسالت آور شده بود. گاوها پس از این که مدتی آنها را می‌بینید، خسته کننده می‌شوند، ولی یک گاو بنفش می‌تواند جالب باشد (برای مدتی). ویژگی خاص گاو بنفش این است که باید چشمگیر باشد. چیز چشمگیر، چیزی است که ارزش دارد در مورد آن حرف زده شود، چیزی است استثنایی، جدید و جالب. این کتاب در مورد چرایی، چیستی و چگونگی چشمگیر بودن است.»

این کتاب شرح می‌دهد که انتشار محصولات و ایده‌های جدید از یک منحنی نرمال تبعیت می‌کند. این منحنی با «نوجویان» و «تطبيق پذیران اولیه» آغاز می‌شود، با «اکثریت اولیه و ثانویه» افزایش می‌یابد و در پایان به افراد «دیرپذیر» می‌رسد.

قانون قدیم بازاریابی این بود که «محصولات ایمن و عادی تولید کنید و آن را با راهکارهای موفقیت‌آمیز بازاریابی همراه سازید». قانون جدید بازاریابی می‌گوید «محصولات چشمگیری تولید کنید که مردم به دنبال آنها هستند و تبلیغات را بر روی نوجویان و تطبيق پذیران اولیه متمرکز سازید». نویسنده معتقد است ایده‌های جدید خرید، همچون ویروس منتشر می‌شوند و آن‌ها را ایده‌های ویروسی می‌نامند. نوجویان همچون عطسه کنندگانی هستند که مزیت‌های محصول یا خدمت جدید را برای همکاران، دوستان و آشنایان خود بازگو می‌کنند. آنها با این کار، ایده‌های ویروسی را آغاز کرده و آن را توسعه می‌دهند.

کتاب گاو بنفش مثال‌های کاربردی فراوانی دارد که فهم مطالب را ساده‌تر نموده است. خواندن این کتاب را نه تنها به علاقمندان مباحث بازاریابی، که به همه دوستان علاقمند به متفاوت بودن، پیشنهاد می‌کنم.

نوشته: مجید برقی

کانال تلگرام: <https://telegram.me/DrCRM>



لینک مطلب: <http://DrCRM.ir/fa/?p=13238>