

برند واقعی در ذهن مشتری ساخته می‌شود، نه در شرکت

چرا لوگو، رنگ سازمانی و تبلیغات به تنهایی برند نمی‌سازند؟

نویسنده: تیم پژوهش و توسعه IRE Coach

اگر از مدیران مختلف بپرسید برند چیست، پاسخ‌های متفاوتی خواهید شنید.

برخی می‌گویند:

لوگو.

برخی می‌گویند:

تبلیغات.

برخی دیگر:

طراحی سایت.

یا حتی حضور در شبکه‌های اجتماعی.

اما حقیقت این است که هیچ‌کدام از این‌ها برند نیستند.

این‌ها فقط ابزارهای برند هستند.

برند واقعی جایی خارج از شرکت شما ساخته می‌شود.

در ذهن مشتری.

یک آزمایش ساده

وقتی نام یک شرکت معروف را می‌شنوید، چه چیزی به ذهن شما می‌آید؟

احتمالاً قبل از اینکه لوگوی آن را به یاد بیاورید، یک احساس یا برداشت در ذهن شما شکل می‌گیرد.

اعتماد

کیفیت

نوآوری

ارزان بودن

گران بودن

خدمات عالی

یا حتی تجربه‌ای نامطلوب

همین برداشت ذهنی، برند است.

نه لوگو.

نه رنگ.

نه شعار تبلیغاتی.

برند یعنی برداشت مشتری

اصطلاح حرفه‌ای:

****Brand Perception****

ادراک برند

یعنی تصویری که مشتری از شرکت، محصول یا خدمات شما در ذهن خود ساخته است.

این تصویر ممکن است دقیقاً همان چیزی نباشد که شما می‌خواهید.

اما واقعیت بازار بر اساس همین تصویر شکل می‌گیرد.

چرا بعضی شرکت‌ها با تبلیغات زیاد هم برند نمی‌شوند؟

زیرا برند با دیده شدن ساخته نمی‌شود.

برند با تجربه شدن ساخته می‌شود.

اگر شرکتی:

* وعده‌ای بدهد و به آن عمل نکند،

* کیفیت ناپایداری داشته باشد،

* پاسخگویی ضعیفی ارائه دهد،

حتی با میلیون‌ها تومان هزینه تبلیغاتی نیز نمی‌تواند برند قدرتمندی بسازد.

تبلیغات فقط توجه ایجاد می‌کند.

اما اعتماد از عملکرد به وجود می‌آید.

برند نتیجه تمام نقاط تماس مشتری است

هر بار که مشتری با کسب و کار شما تعامل دارد، برند شما در ذهن او شکل می‌گیرد.

این نقاط تماس شامل:

- * تماس تلفنی
- * جلسه فروش
- * وبسایت
- * کیفیت محصول
- * نحوه پاسخگویی
- * زمان تحویل
- * خدمات پس از فروش

است.

مشتری برند را از روی تجربه خود قضاوت می‌کند.

نه از روی بروشور تبلیغاتی شما.

خطرناکترین اشتباه مدیران

بسیاری از مدیران فکر می‌کنند:

«ما برند خوبی داریم.»

اما سؤال مهم این است:

چه کسی این را گفته است؟

شما؟

یا مشتری؟

در برندینگ، نظر مدیر اهمیت چندانی ندارد.

آنچه اهمیت دارد، برداشت بازار است.

ممکن است شما خود را حرفه‌ای بدانید، اما مشتری شما را گران، کند یا غیرقابل اعتماد بداند.

در این صورت برند واقعی همان چیزی است که مشتری باور کرده است.

برند قوی چه مزایایی ایجاد می‌کند؟

وقتی برند قدرتمندی داشته باشید:

* مشتریان راحت‌تر اعتماد می‌کنند.

* فروش سریع‌تر انجام می‌شود.

* حساسیت به قیمت کاهش پیدا می‌کند.

* مشتریان جدید راحت‌تر جذب می‌شوند.

* مشتریان فعلی وفادارتر می‌شوند.

به همین دلیل برند یک هزینه نیست.

یک سرمایه‌گذاری بلندمدت است.

چرا برخی شرکت‌ها همیشه اولین انتخاب هستند؟

در بسیاری از صنایع چندین شرکت محصول مشابه ارائه می‌کنند.

اما وقتی مشتری تصمیم به خرید می‌گیرد، معمولاً چند نام مشخص ابتدا به ذهن او می‌آید.

این همان مفهوم:

****Positioning****

جایگاه‌سازی

است.

یعنی جایگاهی که برند در ذهن مشتری اشغال کرده است.

شرکت‌هایی که جایگاه مشخصی دارند، کمتر وارد جنگ قیمتی می‌شوند.

زیرا مشتری آن‌ها را صرفاً با قیمت مقایسه نمی‌کند.

برند از داخل سازمان آغاز می‌شود

برند فقط یک موضوع بازاریابی نیست.

فرهنگ سازمانی، رفتار مدیران و عملکرد کارکنان نیز بخشی از برند هستند.

اگر کارکنان به وعده‌های برند باور نداشته باشند، مشتریان نیز به آن باور نخواهند کرد.

به همین دلیل برندهای بزرگ ابتدا در داخل سازمان ساخته می‌شوند و سپس به بازار منتقل می‌شوند.

یک سؤال مهم برای هر مدیر

اگر فردا لوگوی شرکت شما حذف شود و نام شرکت تغییر کند، آیا مشتریان هنوز شما را انتخاب خواهند کرد؟

اگر پاسخ مثبت باشد، شما برند ساخته‌اید.

اگر پاسخ منفی باشد، احتمالاً بیشتر روی ظاهر برند کار کرده‌اید تا بر خود برند.

جمع‌بندی

برند لوگو نیست.

برند رنگ سازمانی نیست.

برند تبلیغات نیست.

برند برداشت و احساسی است که مشتری هنگام شنیدن نام شما در ذهن خود دارد.

این برداشت از طریق تجربه، عملکرد، اعتماد و ارزش‌آفرینی شکل می‌گیرد.

شرکت‌هایی که این واقعیت را درک می‌کنند، برندهایی می‌سازند که سال‌ها در ذهن مشتری باقی می‌مانند.

و شرکت‌هایی که برند را صرفاً یک طراحی گرافیکی می‌دانند، معمولاً مجبورند برای جذب هر مشتری دوباره و دوباره هزینه تبلیغات پرداخت کنند.

در نهایت، برند واقعی در شرکت شما ساخته نمی‌شود.

برند واقعی در ذهن مشتری ساخته می‌شود.

سوالات متداول

آیا لوگو همان برند است؟

خیر. لوگو فقط یکی از عناصر هویت بصری برند است.

برند چگونه شکل می‌گیرد؟

از طریق تجربه مشتری، کیفیت خدمات، اعتماد، ارتباطات و عملکرد واقعی سازمان.

جایگاه‌سازی چیست؟

موقعیتی است که برند در ذهن مشتری نسبت به رقبا پیدا می‌کند.

مهمترین عامل ساخت برند چیست؟

تجربه واقعی مشتری و عمل به وعده‌های برند.

برند شما در ذهن مشتری چه جایگاهی دارد؟

بسیاری از شرکت‌ها تصور می‌کنند برند قدرتمندی دارند، اما هرگز برداشت واقعی بازار را بررسی نکرده‌اند.

تیم IRE Coach با ارزیابی جایگاه برند، تجربه مشتری و ادراک بازار، به شما کمک می‌کند تصویری بسازید که مشتریان نه تنها آن را بشناسند، بلکه به آن اعتماد کنند.

برای دریافت جلسه ارزیابی برند و جایگاه‌سازی کسب‌وکار با ما در ارتباط باشید.

منابع و مطالعات پیشنهادی

Building Strong Brands – David Aaker *

Positioning: The Battle for Your Mind – Al Ries & Jack Trout *

How Brands Grow – Byron Sharp *

Harvard Business Review – Brand Strategy *

Keller's Strategic Brand Management *