

چرا بهترین محصول بازار لزوماً پرفروش‌ترین محصول نیست؟

درسی که بسیاری از صاحبان کسب‌وکار پس از سال‌ها فعالیت متوجه آن می‌شوند

نویسنده: تیم پژوهش و توسعه IRE Coach

یکی از رایج‌ترین گلایه‌های صاحبان کسب‌وکار این است:

«کیفیت محصول ما از رقبا بهتر است، اما فروش ما کمتر است.»

این جمله را می‌توان در بسیاری از کارخانه‌ها، شرکت‌های خدماتی و کسب‌وکارهای متوسط شنید.

مدیران روی کیفیت محصول کار می‌کنند.

تجهیزات به‌روز می‌کنند.

نیروهای متخصص استخدام می‌کنند.

کنترل کیفیت را بهبود می‌دهند.

اما در نهایت می‌بینند رقیبی که محصولی معمولی‌تر دارد، سهم بازار بیشتری به دست آورده است.

چرا؟

آیا بازار کیفیت را نمی‌فهمد؟

واقعیت این است که موضوع پیچیده‌تر از این حرف‌هاست.

یک حقیقت تلخ اما مهم

مشتریان بهترین محصول را نمی‌خرند.

مشتریان محصولی را می‌خرند که:

* آن را می‌شناسند.

* به آن اعتماد دارند.

* مزیت آن را درک می‌کنند.

* در زمان تصمیم‌گیری به یاد آن می‌افتند.

به زبان ساده:

قبل از اینکه محصول شما وارد کارخانه یا دفتر مشتری شود، باید وارد ذهن او شود.

اشتباهی که بسیاری از تولیدکنندگان مرتکب می‌شوند

بسیاری از مدیران تصور می‌کنند کیفیت بالا به تنهایی باعث افزایش فروش می‌شود.

برای همین تقریباً تمام انرژی خود را روی محصول متمرکز می‌کنند.

اما سؤال اینجاست:

اگر مشتری از وجود شما خبر نداشته باشد، چگونه می‌تواند کیفیت شما را مقایسه کند؟

اگر مشتری شما را نشناسد، کیفیت شما هیچ مزیتی ایجاد نخواهد کرد.

بازار پر از محصولات عالی ناشناخته است

هر سال هزاران محصول باکیفیت وارد بازار می‌شوند.

بسیاری از آن‌ها شکست می‌خورند.

نه به دلیل کیفیت پایین.

بلکه به این دلیل که نتوانسته‌اند جایگاهی در ذهن مشتری ایجاد کنند.

در مقابل، شرکت‌هایی وجود دارند که شاید بهترین محصول بازار را نداشته باشند، اما فروش فوق‌العاده‌ای دارند.

دلیل این موضوع کیفیت نیست.

دلیل آن بازاریابی، برند و جایگاه ذهنی است.

مشتریان چگونه تصمیم می‌گیرند؟

تحقیقات رفتار مصرف‌کننده نشان می‌دهد که بیشتر تصمیم‌های خرید بر اساس مقایسه فنی محصولات انجام نمی‌شود.

در بسیاری از موارد مشتریان بر اساس:

* اعتماد

* اعتبار برند

* تجربه قبلی

* توصیه دیگران

* میزان آشنایی با برند

تصمیم می‌گیرند.

به همین دلیل است که گاهی یک برند شناخته‌شده می‌تواند محصولی را با قیمت بالاتر از رقبا به فروش برساند.

تفاوت محصول و برند

بسیاری از مدیران این دو مفهوم را با یکدیگر اشتباه می‌گیرند.

محصول چیزی است که شما تولید می‌کنید.

اما برند چیزی است که مشتری در ذهن خود درباره شما باور دارد.

اصطلاح حرفه‌ای:

****Brand Perception****

ادراک برند

یعنی تصویری که مشتری از اعتبار، کیفیت و ارزش شما در ذهن خود ساخته است.

در بسیاری از موارد، این تصویر از خود محصول مهم‌تر است.

چرا برخی شرکت‌ها بدون تخفیف می‌فروشند؟

اگر محصول تنها عامل تصمیم‌گیری بود، همه مشتریان ارزان‌ترین گزینه را انتخاب می‌کردند.

اما در واقعیت چنین اتفاقی نمی‌افتد.

مشتریان حاضرند برای کاهش ریسک خرید، اعتماد بیشتر و تجربه بهتر پول بیشتری پرداخت کنند.

به همین دلیل برندهای قدرتمند معمولاً مجبور نیستند وارد جنگ قیمتی شوند.

آن‌ها بر اساس ارزش رقابت می‌کنند، نه قیمت.

بازاربایی؛ پلی بین کیفیت و فروش

بسیاری از مدیران تصور می‌کنند بازاربایی یعنی تبلیغات.

در حالی که تبلیغات فقط بخش کوچکی از بازاربایی است.

بازاربایی کمک می‌کند:

* مشتری شما را بشناسد.

* مزیت شما را درک کند.

* به شما اعتماد کند.

* در زمان خرید شما را به خاطر بیاورد.

اگر کیفیت عالی باشد اما بازار آن را درک نکند، فروش اتفاق نخواهد افتاد.

یک مثال ساده

فرض کنید دو کارخانه در یک صنعت فعالیت می‌کنند.

کارخانه اول:

* محصول باکیفیت‌تر دارد.

* تجهیزات بهتری دارد.

* کنترل کیفیت قوی‌تری دارد.

اما در بازار تقریباً ناشناخته است.

کارخانه دوم:

* کیفیت قابل قبول دارد.

* برند شناخته شده دارد.

* ارتباط مستمر با بازار دارد.

* در ذهن مشتری حضور دارد.

در بسیاری از موارد، کارخانه دوم فروش بیشتری خواهد داشت.

نه به این دلیل که محصول بهتری دارد.

بلکه به این دلیل که بهتر دیده می شود و بیشتر مورد اعتماد است.

شرکت های موفق چه کاری متفاوت انجام می دهند؟

آن ها فقط روی محصول سرمایه گذاری نمی کنند.

بلکه همزمان روی:

* برند

* بازاریابی

* تجربه مشتری

* ارتباط با بازار

* تولید محتوا

* اعتبارسازی

نیز سرمایه گذاری می کنند.

آن ها می دانند که کیفیت شرط لازم موفقیت است؛ اما شرط کافی نیست.

جمع‌بندی

کیفیت محصول اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد.

اما کیفیت به تنهایی تضمین‌کننده فروش نیست.

بازار به محصولی پاداش می‌دهد که شناخته شود، مورد اعتماد قرار گیرد و جایگاه مشخصی در ذهن مشتری داشته باشد.

به همین دلیل بسیاری از بهترین محصولات بازار هرگز به پرفروش‌ترین محصولات تبدیل نمی‌شوند.

در دنیای رقابتی امروز، موفقیت زمانی اتفاق می‌افتد که کیفیت محصول با بازاریابی هوشمندانه و برند قدرتمند همراه شود.

اگر محصول شما عالی است اما فروش مورد انتظار را ندارد، شاید زمان آن رسیده باشد که به جای بهبود بیشتر محصول، روی دیده شدن و شناخته شدن آن تمرکز کنید.

سوالات متداول

آیا کیفیت محصول برای موفقیت کافی است؟

خیر. کیفیت شرط لازم موفقیت است، اما بدون بازاریابی، برند و اعتماد مشتری معمولاً به فروش پایدار منجر نمی‌شود.

تفاوت برند و محصول چیست؟

محصول چیزی است که شرکت تولید می‌کند، اما برند تصویری است که مشتری در ذهن خود از آن شرکت یا محصول دارد.

چرا برخی برندها گران‌تر می‌فروشند؟

زیرا اعتماد بیشتری ایجاد کرده‌اند و مشتریان ارزش بیشتری برای آن‌ها قائل هستند.

مهمترین نقش بازاریابی چیست؟

کمک به شناخته شدن، اعتمادسازی و ایجاد جایگاه ذهنی در بازار.

آیا محصول شما بهتر از فروش فعلی‌تان است؟

بسیاری از کسب‌وکارها محصول یا خدمات ارزشمندی دارند، اما بازار هنوز ارزش واقعی آن‌ها را درک نکرده است.

تیم IRE Coach با ارزیابی استراتژی بازاریابی، جایگاه برند و فرآیند جذب مشتری، به شما کمک می‌کند فاصله میان کیفیت واقعی و نتایج بازار را کاهش دهید.

برای دریافت جلسه ارزیابی بازاریابی و توسعه بازار با ما در ارتباط باشید.

منابع و مطالعات پیشنهادی

* How Brands Grow

* Marketing Management

* Positioning

* [Harvard Business Review](https://hbr.org?utm_source=chatgpt.com)

* [McKinsey & Company Marketing Insights](https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales?utm_source=chatgpt.com)