



آژانس خلاقیت و تبلیغات فاتح

اهمیت داشتن مزیت رقابتی و ایجاد آن در کسب و کار



آژانس خلاقیت و تبلیغات فاتح اهمیت مزیت رقابتی را در ادامه توضیح می دهد.

مزیت رقابتی چیست؟

مزیت رقابتی چیزی است که باعث می شود در نظر مشتریان خود، بهتر از رقبا به نظر بیایید یا به زبانی دیگر، مجموعه ایی از توانایی ها که باعث می شود عملکردی بهتر از رقبا داشته باشیم.

اهداف مزیت رقابتی

- عملکرد بهتری نسبت به رقبا داشته باشیم نه صرفاً برابری با عملکرد بقیه کسب و کارها
- هدف دیگر این است که شرکتها از سطوح پایداری از عملکرد بالا برخوردار باشد.

مزیت رقابتی پایدار چیست؟

به مزایا و ویژگی هایی از یک محصول یا یک شرکت می گویند که رقبا به راحتی نمی توانند آن را کپی کنند.

در نظر داشته باشید که مشتری وفادار به خاطر مزیت رقابتی پایدار شکل می گیرد.

چرا مزیت رقابتی اهمیت زیادی دارد؟

شاید از نظر بسیاری از مدیران کسب و کارها مزیت رقابتی هنوز هم در اولویت نباشد. متوجه باشید کسب و کار شما در هر زمینه ای که باشد باید مزیت خاصی برای مردم داشته باشید.

مزیت رقابتی را می‌توان با ارائه ارزش بیشتر به مصرف‌کننده نسبت به رقبای، مانند ارائه قیمت‌های پایین‌تر یا ارائه خدمات باکیفیت یا سایر مزایایی که قیمت بالاتر را توجیه می‌کنند، کسب کرد.

شما چه فروشنده باشید، چه معلم، بلاگر، طراح موفق یا صاحب هر کار دیگری که باشید برای موفقیت در آن کار باید مزیت رقابتی ایجاد کنید.

پس در بازار کار بهترین‌ها باقی می‌مانند. و هر شرکت برای بقا باید دست کم یک بازار جا ویژه (بخش حاشیه‌ای کوچکی از بازار است که بر روی یک نیاز ویژه یا یک کالای ویژه متمرکز شده‌است) داشته باشد، یعنی از قابلیت برخورداری باشد که در آن از تمام رقبای خود قوی‌تر است.

چند مثال برای مزیت رقابتی

اپل

نام تجاری، زنجیره تامین یکپارچه قوی، محصولات نوآورانه و استراتژی قیمت‌گذاری برتر، از مهم‌ترین عواملی هستند که اپل را متمایز می‌کنند. یک اصل مزیت رقابتی برای هر شرکتی، توانایی تولید محصولات نوآورانه است به طوری که از سیستم‌عامل، نرم‌افزار و برنامه‌های یکسانی بهره ببرند مثل اپل که معتقد است تولید محصولاتی که مکمل یکدیگر باشند، باعث تقویت وفاداری مشتری شده و به ایجاد سدی مفید در رقابت کمک می‌کند.

ویکی پدیا

احتمالاً وب سایت ویکی پدیا را می‌شناسید و با آن آشنایی دارید. سایت ویکی پدیا یک سایت معتبر جهانی است که در مورد هر چیزی در آن مطلب و مقاله وجود دارد، اگر دقت کرده باشید، در خیلی از کلماتی که جستجو می‌کنید، وب سایت ویکی پدیا در رتبه‌های اول گوگل قرار دارد، ویکی پدیا 13مین سایت پر بازدید در کل جهان است!

چگونه مزیت رقابتی ایجاد کنیم و از رقبای سبقت بگیریم؟

1- بررسی عملکرد رقبا

بینید رقبا چه خدماتی ارائه می‌دهند، با دقت عملکرد آن‌ها را دنبال کنید. ضعف رقبا را پیدا کنید و سعی کنید آن‌ها را در کسب و کار خودتان جبران کنید.

هیچوقت کپی رقبا نباشید، از آن‌ها ایده بگیرید و عملکردی متفاوت و بهتر از آن‌ها داشته باشید.

2- مشتری را فراموش نکنید

این مشتری‌ها هستند که بابت کالا و خدمات پول می‌دهند.

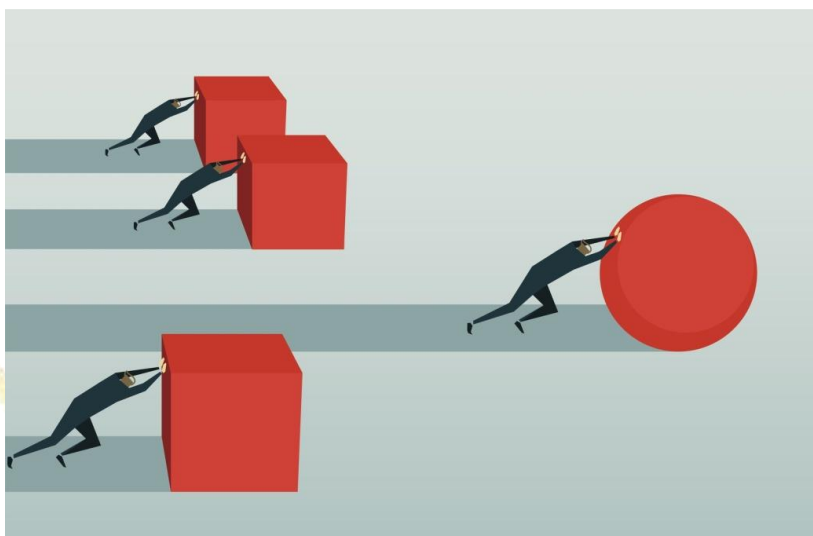
نیازهای مشتری را شناسایی کنید، بدانید مشتری‌های شما از چه کسانی هستند و بر اساس آن اقدام به رفع نیاز مشتری‌ها کنید.

برای مثال: شما و رقیبتان هر دو خدمات حمل و نقل بین‌المللی کالا ارائه می‌دهید، اگر قیمت حمل هر دوی شما یکسان باشد مشتری با در نظر گرفتن خدمات پس از فروشتان انتخاب خواهد کرد.

3- دانش کسب کنید

برای متفاوت بودن نسبت به رقبا باید بر دانش و توانمندی تیم کسب و کار خود تکیه کنید.

نوانمندی شما برای کسب و کارتان یک مزیت رقابتی به شمار می آید.



سه استراتژی برای ایجاد مزیت رقابتی :

1-مدیریت هزینه

شرکتی که از استراتژی مدیریت هزینه استفاده می کند سعی دارد در مقایسه با رقبای خود یک تولیدکننده کم هزینه باشد.

یکی از روش های کاهش هزینه های تولید، تولید محصول در مقیاس بزرگ است. رمانیکه شرکتی بتواند محصولات را در مقیاس بزرگ تولید کرده و آن ها را با قیمتی پایین تر از رقبا به فروش برساند موفق به اجرای استراتژی مدیریت هزینه ها شده و در نتیجه می تواند از این مزیت سود ببرد.

2-تمایز (متفاوت بودن)

در استراتژی تمایز، محصولات یا خدمات یک شرکت متفاوت از رقبای آن هستند. به این منظور می توان محصولات/خدمات با کیفیت بالا یا تازه و جدید به دست مشتریان رساند یا به زبانی دیگر، استراتژی تمایز نیاز دارد که شرکت ویژگی "غیر قیمتی" داشته باشد که این شرکت را بهتر از رقبای خود جدا کند.

اگر بتوانید استراتژی تمایز را با موفقیت پیاده کنید، می تواند قیمت کالا یا خدماتش را نسبت به رقبا اندکی بالاتر ببرد.

3-تمرکز

در استراتژی تمرکز، باید تمرکزتان را بر فروش محصولات یا خدمات به یک بازار کوچک تر بگذارید. این استراتژی در صورتی موفقیت آمیز خواهد بود که مشتریان نیازها و خواسته های متفاوتی داشته باشند و شما نیز بتوانید محصولات/خدماتی متناسب با این نوع مشتریان فراهم کنید .

دو نوع استراتژی تمرکز داریم:

تمرکز بر تمایز: متفاوت بودن خدمات و محصولات در یک بازار کوچک تر

تمرکز بر قیمت: تولید محصولاتی با قیمت پایین تر برای یک بازار کوچک تر

نتیجه گیری اهمیت مزیت رقابتی

پس شما باید در سطح کلان، یک بار تکلیف خودتان را مشخص کنید که محور اصلی رقابت شما چیست و نسبت به رقیبانتان چه مزیتی دارید. سپس روی مزیت رقابتی خودتان سرمایه گذاری کنید و در آن حوزه قوی تر شوید. اگر نیاز به راهنمایی دارید ما می توانیم شما را در پیدا کردن مزیت رقابتی کسب و کارتتان راهنمایی کنیم.

