

كيف تخطط لمشروعك التجاري (5) ؟ حسام الرادادي



أهلاً وسهلاً بكم معنا بالجزء الخامس من موضوع كيف تخطط لمشروعك التجاري ؟

المنافسين

المنافس كل من كان له نفس نشاط ومنتجات مشروعك .

هناك قاعدة تقول :

” كلما اشتدت المنافسة زادت الحاجة إلى الجدية في العمل ” ..

التنافس الشريف يدفعك لتحسين منتجك ومستوى البيع لديك وتطوير المنتج إلى الأفضل وذلك من معرفة الاستراتيجيات التي يطبقها منافسيك من أجل تحسين طريقة البيع وذلك لجذب المزيد من العملاء.

لذلك لا تكون قابلاً في مكتبك لا تدري ما يدور حولك بالسوق، لا بد أن تكون على دراية لما يخطط له منافسيك ،وتذكر أن السوق لا يقف جامداً .

تعرف على منافسيك

لابد أن تكون على علاقة بمنافسيك وإن كانت غير مباشرة، يتوجب عليك معرفة ما يقدمه منافسيك في السوق لأن هذا يفتح لك منافذ وفرص بيع جديدة .

إذا كنت لا تعرف منافسيك اطلب من الموزعين تحديد المنافسين الرئيسيين في المنطقة، كما عليك أن تعرف عددهم، وأماكن تواجدهم، وأسعارهم.

وتذكر دائماً (أن البقاء للأفضل) .

حلل موقفك التنافسي :

أجب على الأسئلة التالية :

من هم المنافسون الرئيسيون؟

ما هي نقاط ضعفهم وقوتهم؟

ما هي استراتيجيتهم؟

ما هي الصورة الذهنية عنهم لدى العملاء؟

ما هي الفرص التي لم يستغلوها؟

ملاحظة: اعمل على أن تكون معروفاً لدى المنافسين وعليك تكوين علاقات معهم ، لأنك لا تعرف متى تستثمر هذه العلاقات.

وازناً بين أسعار المنافسين :

من المهم أن تكون أسعار سلعتك مقاربة إلى أسعار المنافسين أو أقل ؛ فهذا يساعدك إلى جذب أكبر فئة من العملاء، والأفضل لتحديد سعر البيع لديك دراسة تكاليف المنتج وبناء على ذلك حدد السعر ، وتكون نسبة الزيادة بسيطة عند البيع .

استخدم هذه الاستراتيجية:

بع كثيراً بسعر قليل بربح قليل.

احترم منافسيك ولا تقلل من جذبهم للعملاء أو من ما يبيعوه، أو ما يقدموه .

وتذكر هذه القاعدة دائماً وأبداً

” السوق متغير باستمرار ما كان بالأمس قد يكون غير موجود اليوم ”

نقطة التحول
عليك أن تهتم بجودة المنتج أو الخدمة قبل السعر .
تابع معنا الجزء السادس من موضوع كيف تخطط لمشروعك التجاري

حسام الراددي

أخصائي نفسي ومستشار ومتخصص بإدارة المشاريع التجارية