

## نیاز و خواسته مشتری: روی کدام یک تمرکز کنیم؟



یاس، نرم‌فزاری با کاربری آسان و امکاناتی گسترده

[www.yassystem.com](http://www.yassystem.com)

اطلاعات مهمی برای کسب و کار شما داریم ...

هم اکنون در خبرنامه یاس عضو شوید

## نیاز و خواسته مشتری: روی کدام یک تمرکز کنیم؟

منشا و رکن اساسی اصول بازاریابی، نیازها و خواسته‌های انسان است. اگر نیاز و خواسته‌ای در بشریت وجود نداشته باشد، مسلماً محصولی نیز به وجود نخواهد آمد. محصول هر چیزی است که بتواند خواسته‌ای را ارضا کند.

درک بین خواسته‌ها و نیازهای مشتری، کلید اصلی موفقیت در کسب‌وکار است. اغلب آن‌چه مشتری می‌خواهد با آن‌چه که بدان نیاز دارد متفاوت است. به عنوان صاحب یک کسب‌وکار وظیفه شما این است که به مشتریان تان چیزی را که می‌خواهند بدهید، هم‌چنین شما باید به آن‌ها کمک کنید تا درک کنند که به چه چیزی نیاز دارند. با این حال، مسئولیت شما متقاعد کردن مشتریان برای به دست آوردن چیزی است که آن‌ها نیاز دارند. اغلب فروش چیزی که مشتری می‌خواهد از چیزی که او نیاز دارد آسان‌تر است؛ اما یک بازاریاب موفق روی کدام یک تمرکز می‌کند؟

اجاره دهید در ابتدا هر کدام از این مفاهیم اصول بازاریابی را به صورت جداگانه تعریف کنیم:

نیاز بیان‌کننده حالت محرومیت احساس شده در فرد است، محرومیتی که آرامش را از فرد سلب می‌کند و او را برای رفع محرومیت مشتاق می‌کند. نیاز فرد را در یک حالت فعال قرار داده و به او جهت می‌دهد. فرد چیزهای خاصی را که ارضاکننده خواسته‌های اوست، خارج از وجود خویش تصور می‌کند. این چیزها محصول نامیده می‌شوند.

اما خواسته در اصول بازاریابی، شکل و نحوه برآورده کردن یک نیاز است، به عنوان مثال گرسنگی نیاز محسوب می‌شود، اما هر کسی این نیاز را به روش‌های مختلف برطرف می‌کند که این روش‌ها خواسته محسوب می‌شوند. این تعریف‌ها از کتاب مدیریت بازاریابی دکتر احمد روستا، دکتر ونوس و دکتر ابراهیمی آورده شده است.

### خرید در برابر فروش

اکثر مردم ترجیح می‌دهند محصولی را بخرند، به جای آن‌که محصول به آن‌ها فروخته شود، تفاوت ظریف اما قابل توجهی بین این دو مفهوم وجود دارد. هنگامی که مردم خودشان تصمیم به خرید چیزی بگیرند، بیرون می‌روند و آن چیز را می‌خرند؛ بنابراین آن‌ها احساس می‌کنند که آن را خریده‌اند. اما اگر یک فروشنده آن‌ها را متقاعد کند تا چیزی را بخرند، حتی اگر به آن نیاز داشته باشند، احساس می‌کنند که آن محصول به آن‌ها فروخته شده است. در چنین مواقعی آن‌ها احساس می‌کنند که در این رابطه

## نیاز و خواسته مشتری: روی کدام یک تمرکز کنیم؟

قدرت در دست فروشنده است. لذا اگر به دنبال حفظ مشتری هستید و می‌خواهید مشتریان تان احساس خوبی نسبت به خریدشان داشته باشند به آن‌ها چیزی را بدهید که می‌خواهند.

### در مقابل نیازهای مشتری چگونه رفتار کنیم؟

گاهی اوقات مشتری چیزی را می‌خواهد که به آن نیاز ندارد، به عنوان یک انسان دلسوز ممکن است احساس مسئولیت کنید و بخواهید نظر آن‌ها را تغییر دهید. در این صورت بهترین کاری که شما می‌توانید انجام دهید این است که اطلاعاتی که فکر می‌کنید آن‌ها باید بدانند را با آن‌ها در میان بگذارید، اما اجازه دهید خودشان تصمیم بگیرند بدون آن که احساس کنند تحت فشار هستند. بعضی از مشتریان احتمالا با شما توافق کنند، تصمیم خود را تغییر دهند و به خاطر کمکی که به آن‌ها کرده‌اید از شما تشکر کنند.

اما همواره افرادی خواهند بود که حرف‌های شما را نادیده گرفته و به دنبال همان چیزهایی باشند که می‌خواستند. در مقابل این افراد باید واکنش دیگری داشته باشید، اگر می‌خواهید با موفقیت این کار را انجام دهید، باید به آن‌ها چیزهایی را که می‌خواهند بفروشید بدون این که احساس بدی در آن‌ها ایجاد شود.

این‌ها بدین معنا نیست که شما نباید هیچ کمکی به مشتری بکنید، بلکه درست برعکس این است. شما باید به مشتری کمک کنید تا بهترین انتخاب را داشته باشد، اما مشتری نباید احساس کند که تحت زور و اجبار قرار گرفته است. استیو جابز می‌گوید:

گاهی خود مشتری نمی‌داند چه چیزی می‌خواهد، چون اطلاع دقیقی از محصول و ویژگی‌هایش ندارد. بنابراین در چنین موقعیت‌هایی بازاریاب باید نیازها و خواسته‌های واقعی را کشف کند و با آگاه‌سازی مشتری رضایتش را جلب کند.

### نیاز در مقابل خواسته

در اصول بازاریابی، نیاز چیزی است که یک مشکل واقعی یا فرضی را حل کند. از سوی دیگر، خواسته چیزی است که داشتنش خوب است. اغلب مشتریان هیچ ایده‌ای راجع به چیزهایی که به آن‌ها نیاز دارند ندارند، آن‌ها فقط می‌دانند که چه چیزهایی را می‌خواهند. هنگامی که شما به آن‌ها چیزهایی را که می‌خواهند می‌دهید در درازمدت آن‌ها احساس می‌کنند که در یک رابطه سودآور قرار دارند که می‌توانند آن را کنترل کنند.

## نیاز و خواسته مشتری: روی کدام یک تمرکز کنیم؟

### خواسته‌ها اغلب قدرتمندتر هستند

چیزی که مشتری می‌خواهد اغلب محرک قوی‌تری از چیزی است که او نیاز دارد. این واضح است که از مشتریان خود بخواهید تا به شما بگویند چرا چیزی را می‌خواهید و شما نیز به آن‌ها گوش بدهید. پس از شنیدن حرف‌های آن‌ها به سادگی خواهید فهمید که دلیل خواسته‌ی آن‌ها چیست و چگونه می‌توانند به آن برسند. مشتریان اغلب به دریافت ارزش بیشتر، شادی و رضایت از خرید هستند. بازاریابان موفق این موضوع را درک می‌کنند و می‌دانند چگونه از آن به نفع خود بهره ببرند.

### اصول بازاریابی: روی نیاز تمرکز کنیم یا خواسته؟

بازاریابان هوشمند این اصل را راجع به نیازها و خواسته‌های مشتری می‌دانند، این که مردم اغلب برای خواسته‌های خود بیش از نیازهای خود صرف می‌کنند. برای مثال، اگر سقف خانه‌ی آن‌ها خراب شده باشد، آن‌ها اغلب ارزان‌ترین سقف را خواهند خرید، اما اگر آن‌ها سقف خاصی را مدنظر داشته باشند آن‌ها حاضر به پرداخت هر هزینه‌ای برای رسیدن به خواسته‌شان هستند. مردم زمانی که چیزی را بخواهند، آن را خواهند خرید و قیمت مانع آن نیست.

بنابراین درک کنید مشتری چه چیزی می‌خواهد و سعی کنید آن را برآورده کنید. فروش چیزی که مردم می‌خواهند نسبت به چیزی که نیاز دارند فوق‌العاده آسان است.

### آیا می‌دانید عمده مشکلات و اثر از دست دادن فرصت‌های مناسب به وجود می‌آید؟

- بسیاری از زیان‌های مالیاتی و حقوقی و ... در اثر عدم اطلاع از آخرین قوانین و مقررات است.
- بسیاری از فرصت‌ها در اثر عدم آگاهی از اطلاعاتیه‌ها و بخشنامه‌های جدید از دست می‌رود.
- بسیاری از مشکلات کسب و کار در اثر تغییرات سریع محیط اطراف و عدم اطلاع ما از آخرین دستاوردهای دنیاست.
- مشکلات بی شماری در اثر عدم استفاده از ابزار مناسب، در زمان مناسب ایجاد می‌شوند.

فرصت را از دست ندهید . . .

در خبرنامه **یاس** عضو شوید