



10 تکنیک بقای کسب و کار در بازار پرقابیت تیم تحریریه اقیانوس آبی

جالب است بدانید کارآفرینان موفق، به دلیل فشار بازار رقابتی به موفقیت دست می یابند. آن ها رقابت را نه به عنوان مانع، بلکه به عنوان فرصت در نظر می گیرند Dharmesh Shah،. پایه گذار و رئیس بخش فناوری **HubSpot**، می گوید: "اغلب اوقات خودمان بزرگترین رقیب خود هستیم. نباید بازار رقابتی را به طور کامل نادیده بگیرید، بلکه باید [استراتژی](#) رقابتی در پیش بگیرید. بزرگترین جنگ

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

رقابتی درون دفتر استارت‌آپ خود شما در جریان است. اکثر استارت‌آپ‌ها در بازار رقابت نمی‌بازند، بلکه اراده جنگیدن خود را از دست می‌دهند."

10 تکنیک موثر در بازار رقابتی

می‌توان گفت که شما بزرگترین تهدید برای کسب و کار خود به شمار می‌آیید. در حقیقت رقابت خوب است؛ چرا که یک نزاع سالم شما را به چالش می‌کشد تا منابع موجود را هوشمندانه‌تر به کار بگیرید. برای این کار از استعدادهای منحصر به فرد تیم خود استفاده کنید و کسب و کاری بسازید که رقبا شهادت روبرو شدن با آن را پیدا نکنند. حتی اگر دیگر شرکت‌های فعال در این صنعت، از طریق شکستن قیمت سعی در جذب مشتریان شما را داشتند، مثبت فکر کنید و به راه‌هایی بیندیشید که باعث رشد استارت‌آپ شما می‌شوند.



برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

1. تشويق به نوآوري

توليدكنندگان در هر صنعتي به سرعت از نوآوري دست مي‌کشند، تنها به اين دليل كه ديگر به آن نيازي ندارند. متاسفانه آن‌ها به صورت ناخودآگاه فقط مي‌خواهند وضع موجود را كه بدون چالش است حفظ كنند. رقبا و محيط رقابتي، همواره شما را سر پا نگه مي‌دارند و نمي‌گذارند از نوآوري و به روز شدن دست بکشيد.

2. ايجاد نفوذ برند

خود را موظف كنيد كه در حيطه تخصصي خود همواره از همه بهتر باشيد. در واقع آن را به ماموريت سازمان خود تبديل كنيد. مخاطبان و مشتريان خدمات و يا كالاي شما رهبري فكري شما را در صنعتتان تحسين مي‌كنند و طبيعتا شما را به رقبا ترجيح مي‌دهند.

3. بهبود خودآگاهي

رقبا شما را وادار به ارزشيابي نقاط قوت و ضعف خود مي‌كنند. ايرادهاي خود را شناسايي و براي رفع آن‌ها اقدام نماييد و اين گونه در ذهن مشتري خود، ارزش ايجاد كنيد تا بازار رقابتي باقي بماند.

بيشتر بخوانيد: تشخيص نقاط قوت و فرصت‌ها

4. ايجاد انگيزه براي تمايز

رقبا در بازار رقابتي همواره سعي دارند محصول، خدمت و بازراريابي بهتري به مشتريان ارائه دهند. در بازارهاي سالم، خريداران بهتريين راه حل را جهت رفع نيازشان مطالبه مي‌كنند. با هدف ايجاد ارزش مضاعف براي مشتريان، خدمات و محصولات، خود را از ديگران متمايز كنيد.

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

5. استفاده بهينه از روند بازار رقابتي

رقابت باعث قدرت بخشيدن به تقاضاي مشتري مي شود و به آنچه انجام مي دهيد اعتبار مي بخشد. در بازار رقابتي كنوني، ايجاد يك جريان نوظهور كه خريداران و رسانه ها را مشتاق و هيجان زده كند، يك فرصت به شمار مي آيد.



6. تشكيل شراكت هاي غير منتظره

با كسب و كارهاي مشابه و هم سو، متحد شويد، ابزار و فناوري مبادله نماييد و بازار خود را گسترش دهيد. محصولات يكدیگر را تبليغ كنيد و با يكدیگر براي آموزش مصرف كنندگان همكاري نماييد. بعيد نيست روزي با بزرگترين رقيب خود تركيب شويد يا مالكييت آن را به دست آوريد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

7. يادگيري متقابل

به دقت بازار رقابت را تحت نظارت قرار دهيد. دانش و منابع رقبا ممكن است با شما تفاوت داشته باشد و يا نسبت به شما بهتر باشد. سعي كنيد شيوه مديريت و رشد عملكرد آن ها را فرا بگيريد. به زودي روش به كار گيري آن ها در كسب و كار خود را خواهيد يافت.

8. كوچك و متمرکز ساختن بازار

همواره كسي بهتر از شما پيدا مي شود و اين طبيعي است. مشتريان سزاوار دريافت بهترين کالا و خدمت جهت برآورده ساختن نيازهايشان هستند. براي ايجاد يك كسب و كار سودآور، تلاش خود را بر ايجاد رضاييت در بخش كوچكترى از بازار متمرکز سازيد. با كوچك كردن ويترين خود، سبب ايجاد حاشيه رقابتي مي شويد كه رقبا را از شما دور مي كند. به اين تكنيك بازاریابی گوشه ای یا [نيچ ماركتينگ](#) مي گویند.



برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

9. برنامه ريزی بلند مدت

بدون وجود رقبا، شرکت‌ها عمدتاً به ادامه بقای کسب و کار خود به صورت روزانه مشغول می‌شوند. به محض ورود شرکت‌های دیگر به بازار، شما باید خود را برای بهبود و توسعه کسب و کارتان به چالش بکشید.

10. اولویت‌گذاری به نیاز مشتریان

به جای تمرکز بر دفع رقابت، بر تبدیل شدن به یک سازمان مشتری محور سرمایه‌گذاری کنید. از این طریق می‌توانید وفاداری مصرف‌کننده را تقویت و به راحتی در برابر رقبا که بی‌رحمانه قصد دزدیدن مشتریان شما را دارند، مقاومت نمایید. در نهایت، این مخاطبان شما هستند که توان ویران کردن یا تقویت نمودن کسب و کار شما را دارند، نه رقبایان.

نتیجه‌گیری

اجازه ندهید رقابت کامتان را تلخ کند و اثر منفی بر کسب و کارتان بگذارد. هنگامی که دیگر شرکت‌ها، مخاطبان و خریداران شما را هدف قرار داده‌اند، سعی کنید از فرصت‌های موجودی که بازار رقابتی برای شما فراهم می‌کند، حداکثر بهره‌برداری را انجام دهید.