

مداومت، عامل موفقیت برند

موفق‌ترین برندها، مداوم‌ترین آنها هستند. اگر در کارهایتان بالا و پایین زیاد داشته باشید، نمی‌توانید از کسی انتظار داشته باشید که به شما اعتماد کند. مردم با افراد، دائم کار می‌کنند و از کسب‌وکار و افرادی که ناپیوسته هستند، فراری اند.

مداومت، چیزی نیست که مردم آن را پاک و خوب ببینند، چیزی است که شدیداً از یک کسب‌وکار می‌خواهند. آنها به دنبال تازه‌وارد یا کسی که امروز اینجاست و فردا نیست، نیستند. آنها می‌خواهند بدانند که آیا می‌توانند به شما تکیه کنند. مداومت، ایجاد اعتماد در مصرف‌کننده می‌کند و نشان می‌دهد که شما برندی هستید که مردم می‌توانند بر آن تکیه کنند. برندی که اگر آنها اعتماد کنند، اجازه نخواهید داد تا شکست بخورد.

به برخی افراد برای این که هوادار شما یا کسب‌وکارشان شوند می‌بایست نشان دهید که می‌توانند روی شما حساب باز کنند. باید مداوم و قابل اتکا باشید. الگوی برندی را به ثبت رسانید که مشتریان با آن آشنا هستند. انجام تجارت با شما باید قابل پیش‌بینی باشد. یکی مشتری نباید هرگز شگفت‌زده شود، مگر این که شگفت‌زدگی مطلوب باشد.

مک‌دونالد را برای مثال در نظر بگیرید. فرقی ندارد کدام مک‌دونالد در جهان می‌روید، شما دقیقاً انتظاراتتان را می‌دانید. مطمئناً بهترین غذا در دنیا نیست، اما آن خارج از موضوع است. سیستم‌های مناسبی را در جای خود قرار داده اند و به این طریق، خدمات خود را دو برابر می‌کنند. تصادفی نیست که یکی از بزرگ‌ترین برندهای در دنیا هستند، اگر از یک مکانی به مکان دیگر بی‌ثبات بودند، نمی‌توانستند دوام بیاورند.

مشتریان می‌خواهند بدانند اگر شما را برای انجام کار انتخاب نمایند، می‌توانند چنین انتظاری در مورد خدمات و نتایج از شما داشته باشند یا نه. آنان همچنین می‌خواهند بدانند که اگر در مورد شما به دوستانشان بگویند، ناامیدشان نخواهید کرد (آنها را کوچک نمی‌کنید)، آنها نمی‌خواهند پیش دوستانشان بد باشند. مداومت شما به آنها اعتماد می‌دهد تا در مورد شما تبلیغ کنند.

برای این که مخاطبین هدف شما را به خاطر بیاورند، می‌بایست مداومت داشته باشید و باید اولویت اول در ذهنشان باشید. نمی‌توانید از بازار خارج شده و دوباره وارد شوید و انتظار داشته باشید که مردم منتظر بازگشت شما باشند که این‌گونه نتیجه‌بخش نخواهد بود.

تک تک مناطق کسب‌وکار شما می‌بایست دائمی باشند. به این معنی که باید محصول یا خدمت باکیفیت را دائماً همان‌طور که متعهد شده‌اید، ارائه کنید و تحویل نمایید. خدمات شما باید قابل پیش‌بینی و مطمئن باشد. محتوای تولید و بازاریابی شما نیز باید مداومت داشته باشد. باید دائم در جلوی دیدگاه مردم باشد و یا مشتریان را در برابر برندهایی که بیشتر در دسترس هستند، از دست بدهید.

بگذارید برای مثال رسانه‌های اجتماعی را به دلیل این که جایی نیست که افراد کمی دائمی باشند، در نظر بگیریم. رسانه‌ی اجتماعی، ابزاری نیست که بتوان یک ماه از آن استفاده کرد و سپس تا چند ماه بعد آن را فراموش کرد. باید حضور دائمی خود را برای موفق شدن حفظ نمایید. نگاهی دقیق به موفق‌ترین برند از نظر رسانه‌های اجتماعی بیندازید، همه‌روزه فعال هستند. دنیا برای یک برند غیر دائم به سرعت تغییر می‌کند.

همچنین باید در سراسر برندتان و بازاریابی‌تان، مداومت وجود داشته باشد. وبسایت شما نباید یک رنگ و کارت ویزیت به رنگی دیگر باشد. نه این که هر عنصری در کسب‌وکارتان باید ۱۰۰ درصد یکسان باشد؛ اما باید نگاه و احساس یکسان داشته باشید. وقتی محصولات اپل را در دست می‌گیرید، می‌شناسید و نیازی ندارید تا آرم آن را ببینید تا متوجه شوند چه کسی آن را ساخته است و آشنایی نسبت به آن وجود داشته باشد. نام‌گذاری واضح و دائمی است. کسب‌وکار شما نیز باید چنین باشد.

