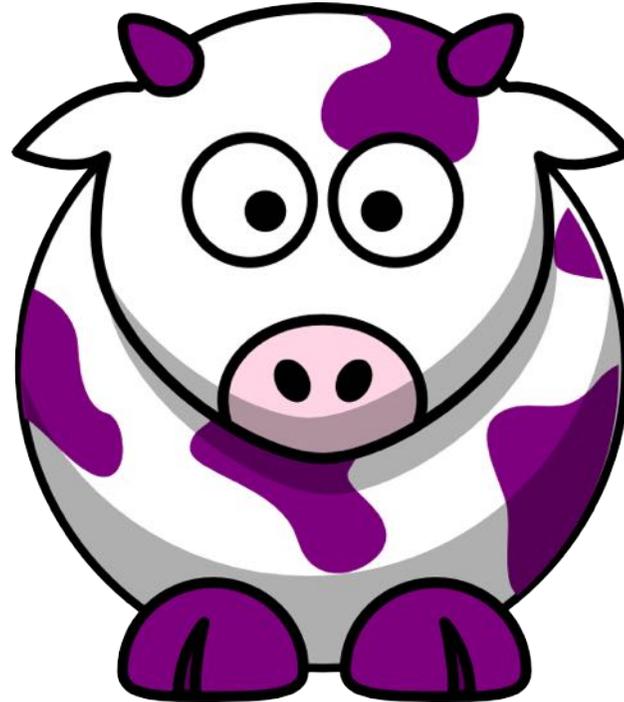
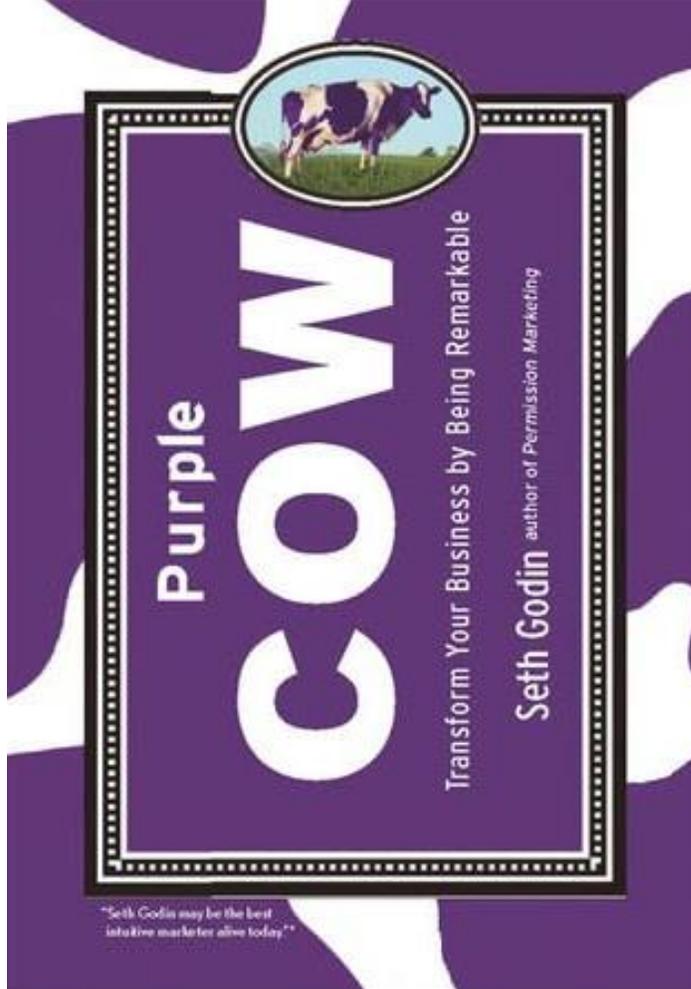


البقرة البنفسجية لتسويق منتجاتك !

Purple Cow

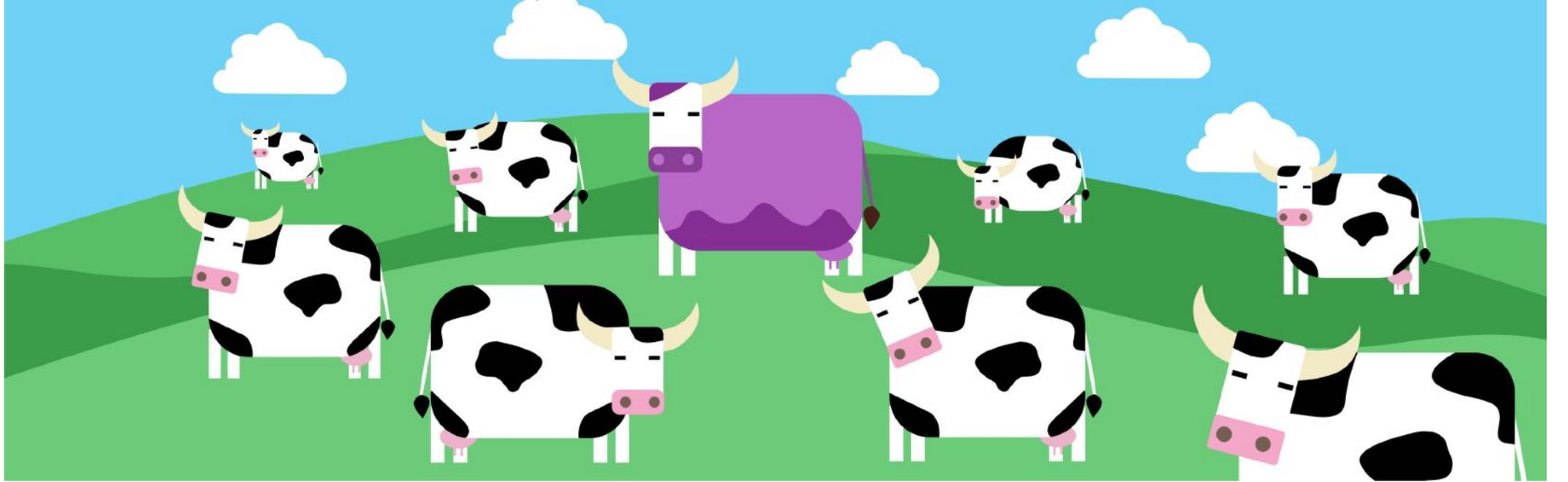


﴿ منقول عبر مجموعة رجال الأعمال ﴾



عندما تم إصدار كتاب سيث غودين Seth Godin “البقرة البنفسجية: كيف تحسن عملك من خلال كونك استثنائياً” عام 2003، أحدث ضجة كبيرة في عالم التسويق، وذلك بسبب الفكرة الثورية التي جاء بها آنذاك، والتي تتمثل في كيفية جعل فكرتك أو منتجك مثل البقرة البنفسجية، أي كيف تجعله مميزاً، ملحوظاً واستثنائياً.

ومن المؤكد أن أي بقرة بنفسجية ستظهر في هذا العالم الذي يتميز فيه كل البقر بألوان محددة مثل البني أو الأبيض أو الأسود أو مزيج من تلك الألوان، سيكون مثيراً للاهتمام.



وبحسب غودين فإن التسويق باستخدام البقرة البنفسجية يتم عبر ثلاث خطوات رئيسية:

1- المخاطرة

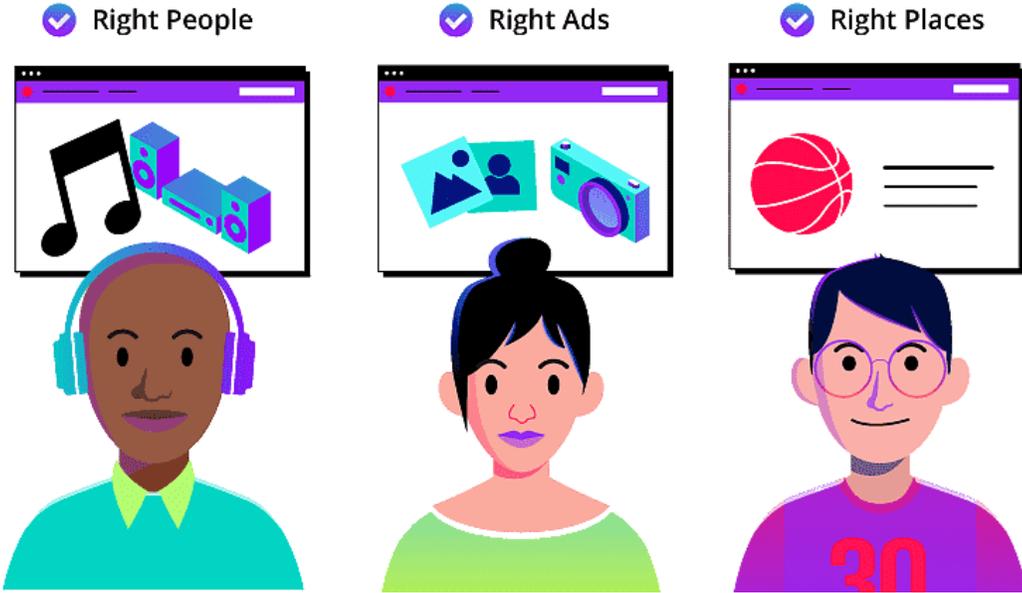
إن خلق أي منتج مميز يعني أنك ستتعرض لخطر كبير فهناك احتمال لانتشار المنتج، وهناك احتمال أيضاً بعدم إمكانية انتشاره. لذلك إن أردت استخدام البقرة البنفسجية فجب عليك أن تتحمل هذه المخاطرة.



2- التسويق للأشخاص المناسبين

لنفترض أنك تقوم بتسويق سيارة ما، وقمت باستخدام طريقة البقرة البنفسجية لتمييز منتجك بطريقة جذابة، لكنك قدمته لعملاء لا يهتمون أصلاً بالسيارات أو ليس لديهم القدرة الشرائية

المناسبة مثلاً، في هذه الحالة لن تحقق أي فائدة. لتكون البقرة البنفسجية فعالة أكثر، يجب عليك أن تقوم بتوجيهها إلى العملاء المناسبين والذي ترى فيهم عملاء محتملين لن يكتفوا بالإعجاب بالمنتج بل وشرائه أيضاً.



3- استخدام شعار بسيط

من المهم جداً أن تبدأ بالاهتمام بشعار slogan شركتك عند تسويق أي منتج، حيث يجب أن يعكس ذلك الشعار رسالة شركتك وطبيعة منتجاتك بطريقة تجعل تقبل منتجاتك أمراً سهلاً.

JUST DO IT.


استراتيجية البقرة البنفسجية



هناك فكرة تغيب أحياناً عن ذهن المسوّقين، وهي أن التميز والاختلاف ليس دائماً الحل المثالي، حيث لا يكفي فقط أن تكون مميزاً واستثنائياً، بل يجب أن تفكر بشأن الخطوة التي تلي جذب انتباه جمهورك، ما الفائدة إن استطعت جذب العملاء لمنتج معين لكنك لم تدفعهم لشراء هذا المنتج؟ فالمسوقين وأصحاب الأعمال لا يريدون جذب عملائهم وحسب بل إنهم يريدون المبيعات.

ولحل هذا الموضوع، يمكن أن نقول بأنه يجب عليك أن تكون استثنائياً وأن تضيف بعض المعنى أو الفائدة على منتجك المميز، وبالتالي لن تقول للعميل المحتمل: انظر لدي بقرة بنفسجية مميزة هنا! بل ستقول له: انظر لدي بقرة بنفسجية ومفيدة جداً بالنسبة لك، ويمكنك استخدامها فوراً. وبهذه الطريقة نكون قد استخدمنا أسلوب البقرة البنفسجية بطريقة أكثر فعالية.

لتكون منتجاتك مفيدة واستثنائية في الوقت ذاته، فإنك تحتاج إلى ثلاث خطوات بسيطة، قد تحمل بعض الصعوبة لكنها تحقق نتائج مبهرة في الوقت ذاته:

1. اعرّف جمهورك

حاول أن تقوم بدراسة عملائك المحتملين بشكل واسع، تعلم عن عاداتهم، أفكارهم ومعتقداتهم، تعلم لغتهم وتحدث بها، تحدث إليهم، واحترم سلوكهم وتصرفاتهم.



2. اختر أفضل طريقة لتكون مفيداً بشكل استثنائي



يجب عليك أن تختار ذلك الحل الثوري أو أفضل طريقة مفيدة واستثنائية ويمكن أن يتذكرها جمهورك لفترة طويلة. من المحتمل أن يستغرق الأمر أسابيع وحتى أشهر للتوصل لتلك الطريقة، ولكن لا بأس بذلك، فالمهم هي النتيجة!

3. قدم منتجك للجمهور

بعد انتهائك من اختيار طريقة عملك، قم بتصميم المنتج وقدمه للجمهور. وتذكر دائمًا بأن طريقة تقديمه مهمة للغاية، لأنها هي التي تخلق تجربة مذهشة لدى العميل بالإضافة إلى تفاعله مع علامتك التجارية الذي سيخلق ولاء العميل لمنتجاتك.



استراتيجية البقرة البنفسجية



هناك نقطة أخرى مهمة هنا، وهي أن أي بقرة بنفسجية يمكن أن تصبح أمرًا شائعًا بعد فترة، فمثلاً إن استخدمت طريقة البقرة البنفسجية لتسويق سيارة لك بطريقة معينة ولفت النظر من خلالها إلى ميزة جديدة، ستلاحظ أن هناك شركات أخرى بدأت باستخدام الأسلوب نفسه والميزات ذاتها بحيث تفقد منتجاتك الميزة التنافسية التي كانت تتمتع بها. والحل الوحيد هنا هو أن تستمر دائماً بابتكار أبقار بألوان أخرى. يجب ألا تتوقف أبداً عن الابتكار، ولكي تستطيع المنافسة يجب أن تكون منتجاتك إبداعية، مميزة وذات فائدة.

استراتيجية البقرة البنفسجية

شركات قامت بزيادة مبيعاتها من خلال اتباع استراتيجية البقرة البنفسجية

شركة **Apple** اتبعت تلك الاستراتيجية فكانت أول من اتخذ المخاطرة وطبق فكرة الاستماع للمقاطع الصوتية عبر الهاتف عبر **itunes** بدلاً من الكاسيت

شركة **Amazon** أيضاً اتبعتها فكانت أول شركة تبيع الكتب الإلكترونية وتنتج قارئ إلكتروني **Kindle**

amazonkindle

 **iTunes**

JUST DO IT.


 **HUAWEI**
P20



شركة **Nike** أيضاً اتبعت تلك الطريقة فوضعت شعاراً بسيطاً ومميزاً
يعلق في الذاكرة وهو: **Just do it**

شركة **HUAWEI** أعلنت عن **Huawei P20** الذي تميز بأقوى كاميرا جوال،
ساهم بزيادة مبيعات الشركة من الإصدارات الأخرى إذ لفت انتباه
العملاء إلى مدى تميز الشركة وتموضعها ضمن أفضل شركات
الموبايلات

وغيرها من الشركات الضخمة، كل من تلك الشركات واجه المخاطر
المحتملة وصنع من نفسه **Purple Cow** في وسط هذا الكم من
التقليد بين الشركات.



+90 552 645 91 08
info@abinsight.net
www.abinsight.net