



Export

Import

БЛОК 6

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРИ ВЫХОДЕ
НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ**

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Позиционирование – это маркетинговая задача определения места (позиции) нового товара (услуги) в сознании потребителя.

Цель — прочно закрепить необходимый образ продукта в сознании целевой аудитории

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Позиционирование помогает объяснить потребителю

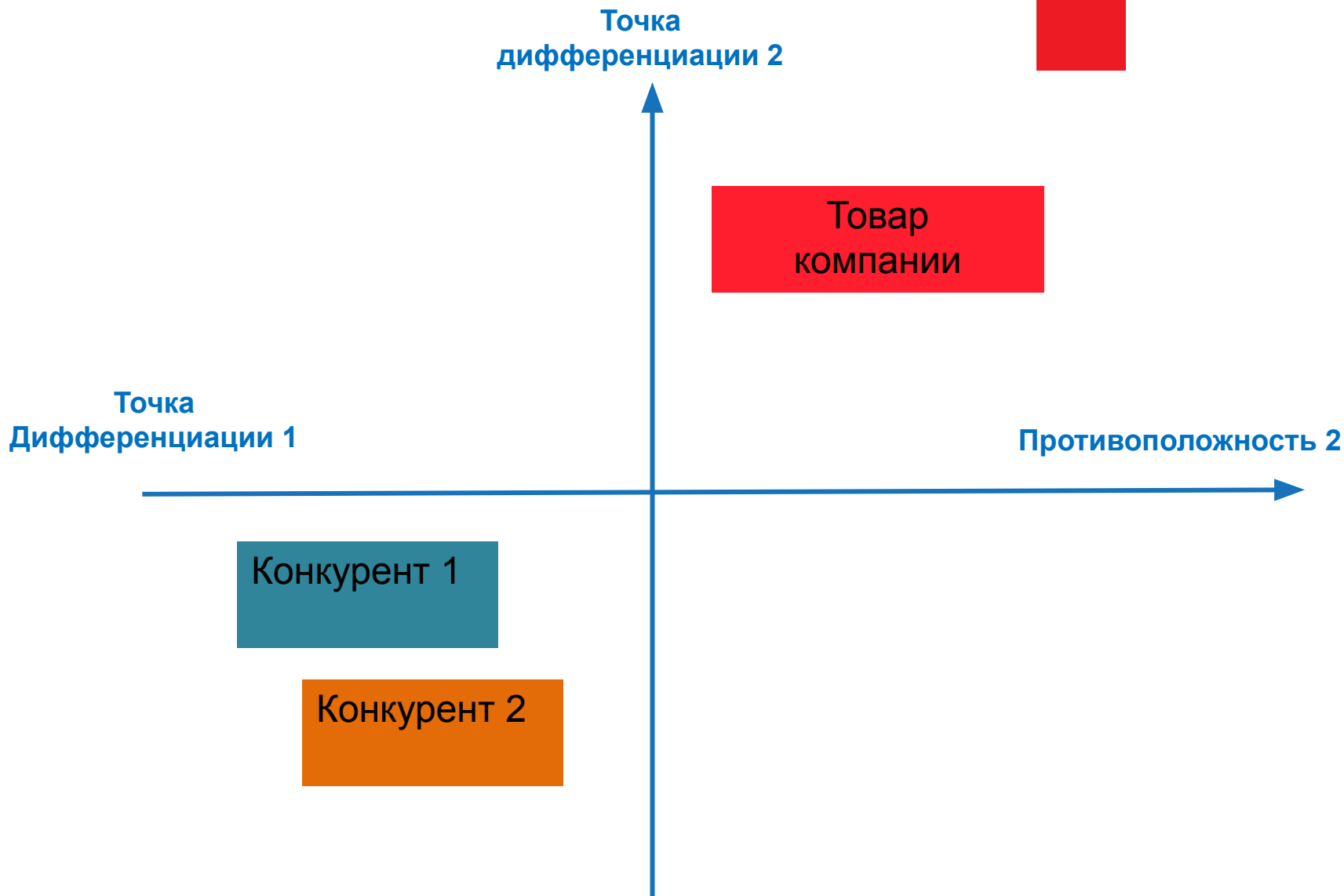
- 1 Для кого предназначен товар компании?
- 2 Какие потребности потребителя товар способен удовлетворить?
- 3 Чем товар компании отличается от себе подобных?
- 4 Почему потребителю выгодно приобрести этот товар?
- 5 При каких условиях и когда потребитель должен использовать товар?

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Этапы работы по позиционированию продукта

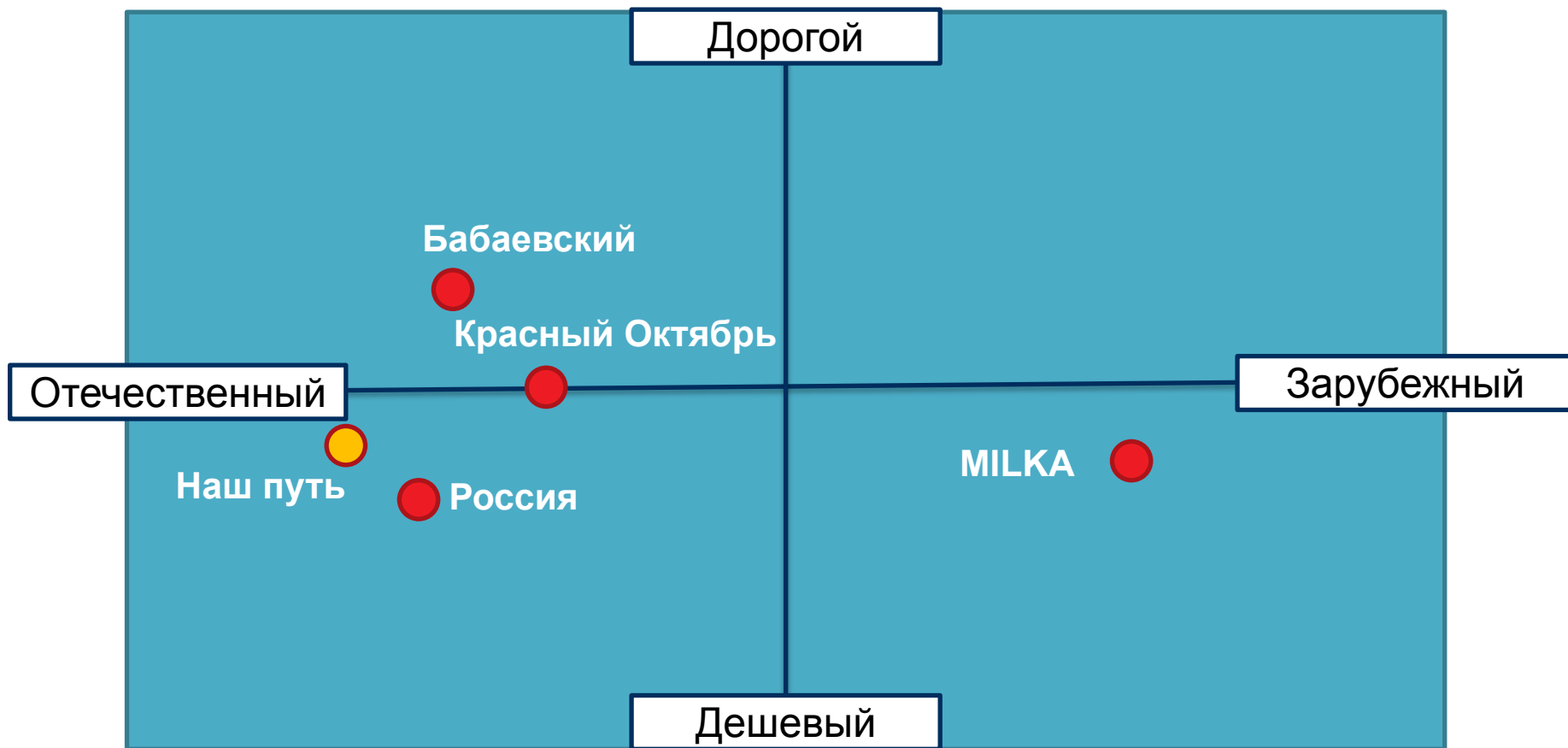
Этапы	Содержание этапа	Пояснения
1	Определить текущее позиционирование продукта (компании)	Как ЦА определяет ваш товар на фоне товаров конкурентов
2	Определить драйверы рынка	Определить те ключевые свойства (атрибуты) продукта, которые являются важными с точки зрения ЦА
3	Определить точки дифференциации	Определите факторы, по которым сможет дифференцироваться (отстроиться от конкурентов)

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ



АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Карта позиционирования



АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

