
**Разработка
позиционирования
торговой марки**
Часть 1.

НОВОСИБИРСК 2016

Основные способы позиционирования

1. Цена, качество или соотношение «цена/качество»
2. Широта ассортимента
3. Положение на рынке (лидерство в категории)
4. Страна происхождения
5. Ситуация (способ) потребления
6. Наследие - традиции - год рождения бренда
7. Владение атрибутом (свойством)
8. Эмоциональная атмосфера потребления (персонаж марки)
9. Авторитетные потребители или эксперты
10. По целевой аудитории
11. Узкая специализация
12. Реальное отличие товара или услуги
13. Новейшая разработка
14. По товарной категории (подкатегории)

Позиционирование

Система способов позиционирования «П-Т-П»

Вопрос.

На основе какого способа было разработано позиционирование мебельного салона «Сказка»? На основе «позиционирования по узкой специализации» (только детская мебель) или на основе «позиционирования по демографическому сегментированию» (мебель для детей)?

Ответ.

Не имеет существенного значения. Способ позиционирования – это направления поиска желаемой марочной позиции в сознании потребителей. Зачастую позицию торговой марки можно отнести сразу к нескольким способам позиционирования. Неважно, с помощью какого способа было разработано позиционирование. Главное – это понять позиционирование торговой марки!

Пример разработки позиционирования торговой марки.

Позиционирование

Работа в подгруппах. Задание № 1

Разработать 5 вариантов позиционирования торговой марки в подгрупповой товарной категории.

Не надо фантазировать!

Не надо розовых зубных паст и сигарет с витаминами!

Позиции должны быть реальными!

**Позиционирование – это инструмент бизнеса,
а бизнес должен приносить прибыль!**

Спасибо за внимание!

Можно задавать вопросы.