



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

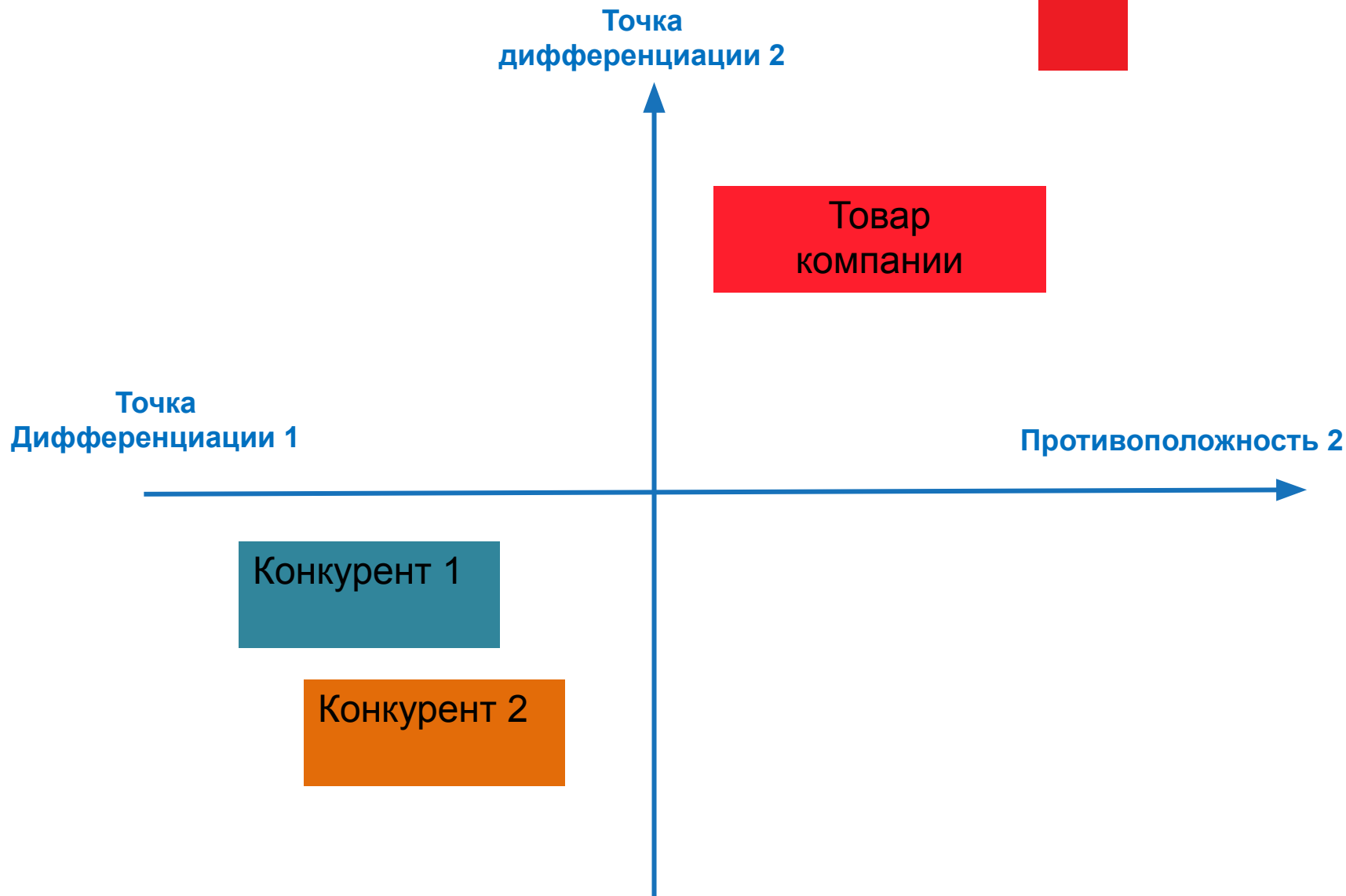
Этапы работы по позиционированию продукта

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)

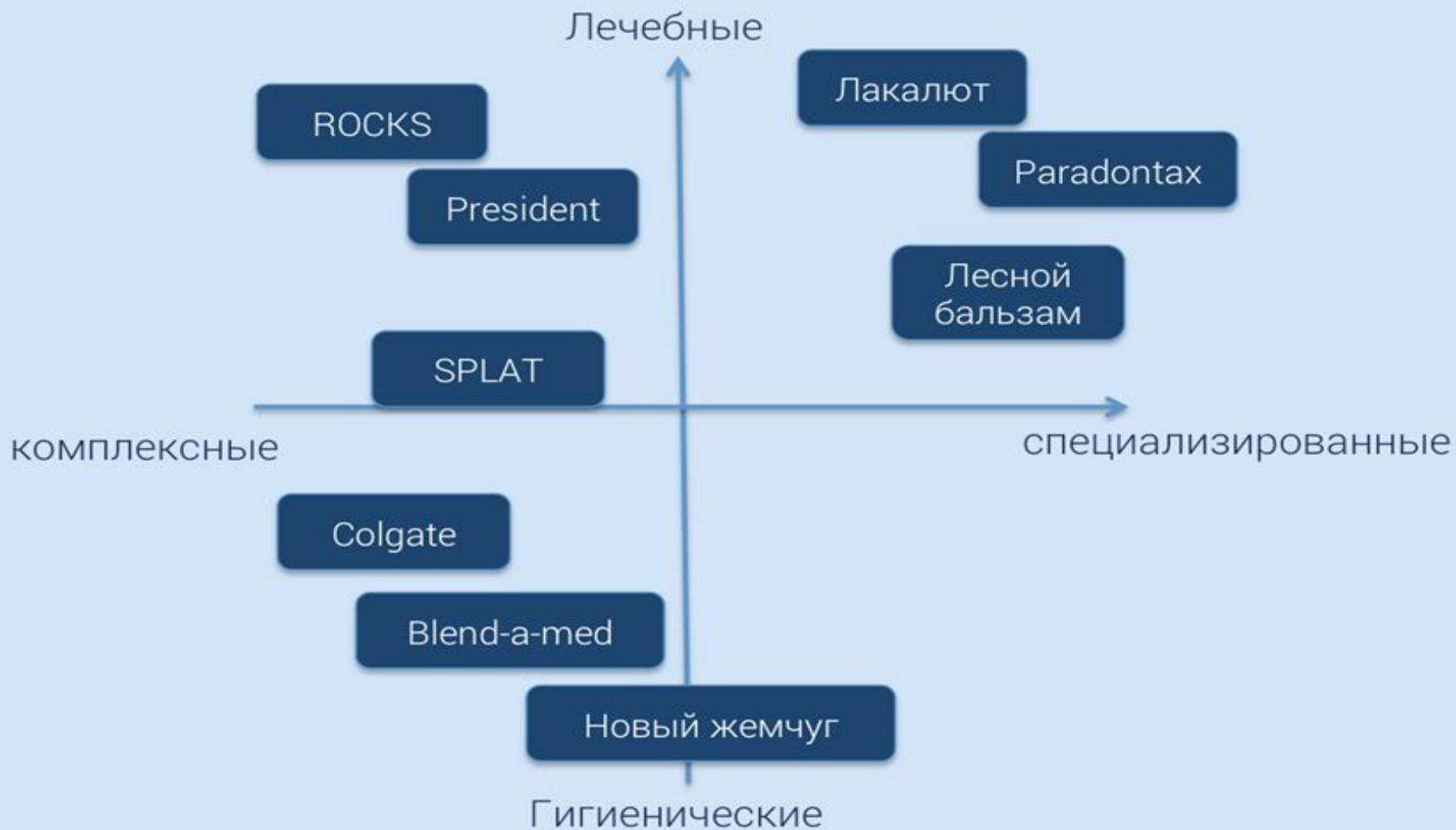
АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ



АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ



АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ



АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ВАРИАНТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Карта позиционирования

