

ПОЧЕМУ ТАК СЛОЖНО ПОЗИЦИОНИРОВАТЬСЯ?

brandhouse

Всеукраинский форум
«Дни интернет-маркетинга»
Татьяна Жданова

ЧТО ТАКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ?



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В СТИЛЕ 70-Х

1. По характеристикам товара («с серебряной нитью»)
2. По цене (самый дешевый, самый дорогой...)
3. По соотношению «цена – качество»
4. По сервису (7 лет гарантии)
5. На выгодах (отбеливает зубы, защищает от кариеса)
6. По отношению к группам потребителей (тренажеры для домохозяек)
7. По отношению к ситуации, в которой используется товар (сухой кашель)
8. По происхождению (швейцарские традиции, немецкое качество...)
9. По товарной категории (выгодно для «открывателей» новых товарных категорий: XEROX)
10. По лидерству «№1», «лидер продаж»
11. На основе сравнения с товарами- конкурентами (лучше чем обычные средства для мытья посуды)
12. По условиям использования товара (средство для мытья посуды в холодной воде)
13. По инновации (чайник с позолоченной спиралью)
14. На имидже (AUDI ассоциация со знаменитостью)

**У ВАС НЕТ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ,
ЕСЛИ:**



ВЫ СПЕЦИАЛИСТ ШИРОКОГО ПРОФИЛЯ

brandhouse



ВАС НЕ РЕКОМЕНДУЮТ



«РЕКОМЕНДАТЕЛИ» НЕ ЗНАЮТ, **КАК** ВАС «ПРОДАТЬ»



НЕ ЗНАЮТ, **КОМУ И ЧЕМ** ВЫ БУДЕТЕ ПОЛЕЗНЫ



А ВАШИ ДЕТИ ОТВЕЧАЮТ, ЧТО «НА РАБОТЕ ВЫ... »



ЕЩЕ РАЗ – ЧТО ТАКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ?



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ – ЭТО УМЕНИЕ СКАЗАТЬ **«НЕТ»!**

КТО «В САД?»

Не пытаться быть тем, кем/чем вы не являетесь;

Не работать с теми, кто вам неинтересен;

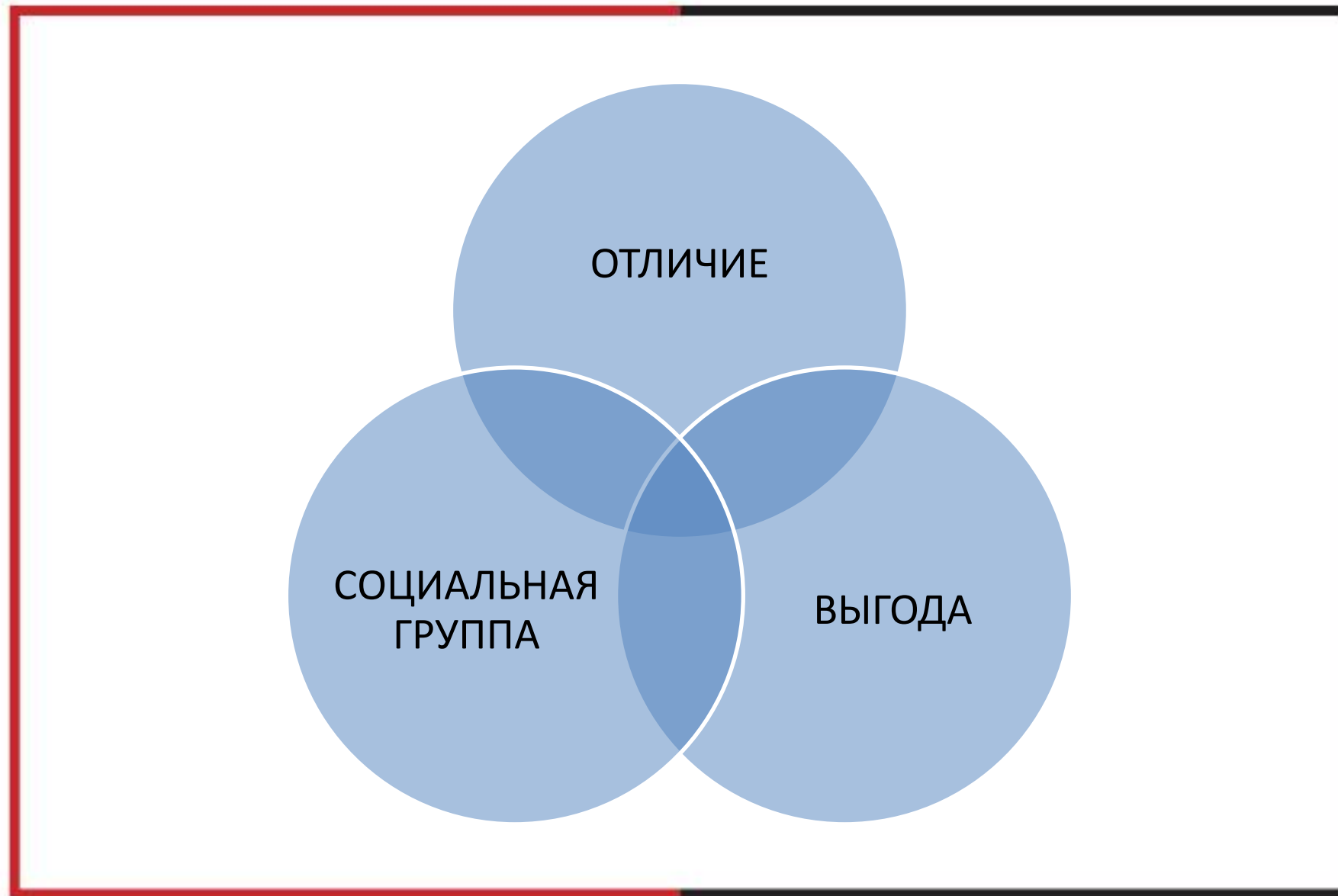
Не предлагать того, что не цените сами.

**ПОЗИЦИОНИРОВАТЬ МОЖНО ТО, ЧТО ПОСЛЕ ЭТОГО
ОСТАНЕТСЯ.**

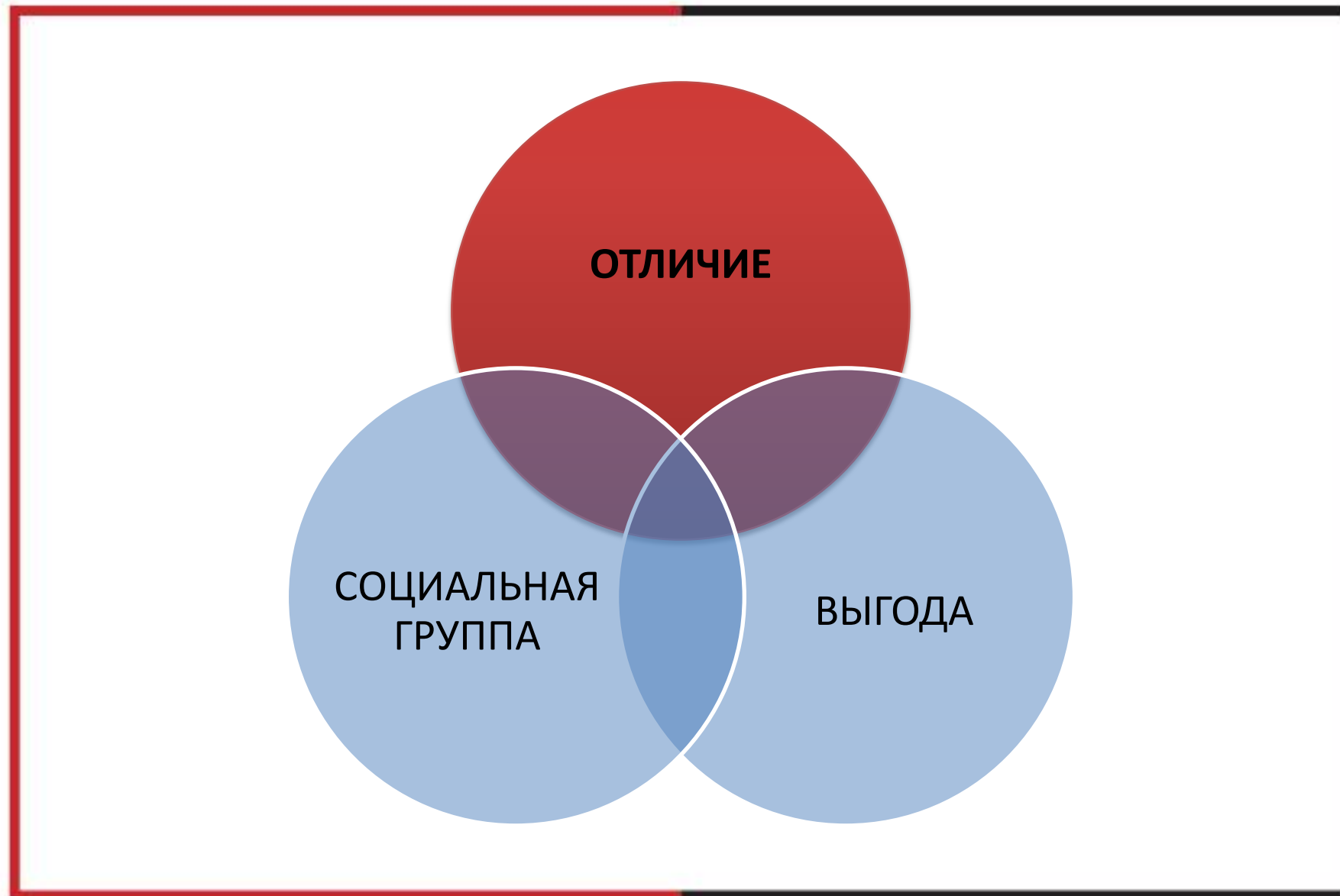


ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ = СОВПАСТЬ.
ВЫ + ВЫГОДА ВАШЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ + СОЦИАЛЬНАЯ ГРУППА

brandhouse



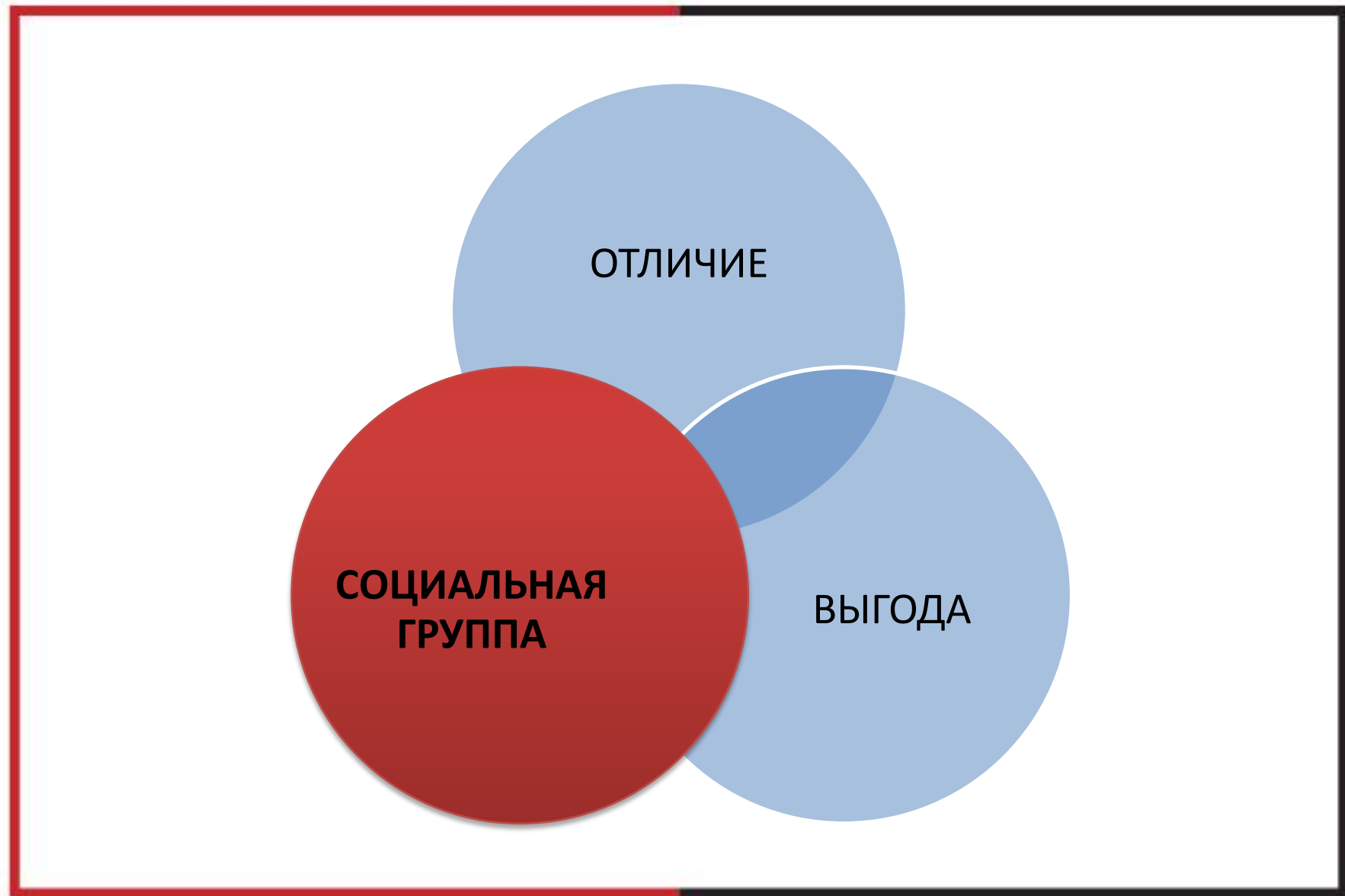
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ – ЭТО ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ВЫГОДА
ДЛЯ ВЫБРАННОЙ АУДИТОРИИ



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ – ЭТО **ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ** ВЫГОДА
ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕННОЙ АУДИТОРИИ



ЖЕЛАТЕЛЬНО НЕ ПО ЦЕНЕ



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ – ЭТО ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ВЫГОДА
ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕННОЙ СОЦГРУППЫ

«АКТИВНЫЕ ГОРОЖАНКИ СРЕДНИЙ ДОХОД
30+, ИМЕЮЩИЕ ОДНОГО ИЛИ ДВУХ ДЕТЕЙ»

ПОЖАЛУЙСТА, ДЕМОГРАФИЯ В ПОСЛЕДНЮЮ ОЧЕРЕДЬ,
ЕСЛИ У ВАС НЕ МАСС-МАРКЕТ



НАШИ КЛИЕНТЫ **ПОХОЖИ НА НАС** ПО ЦЕННОСТЯМ.



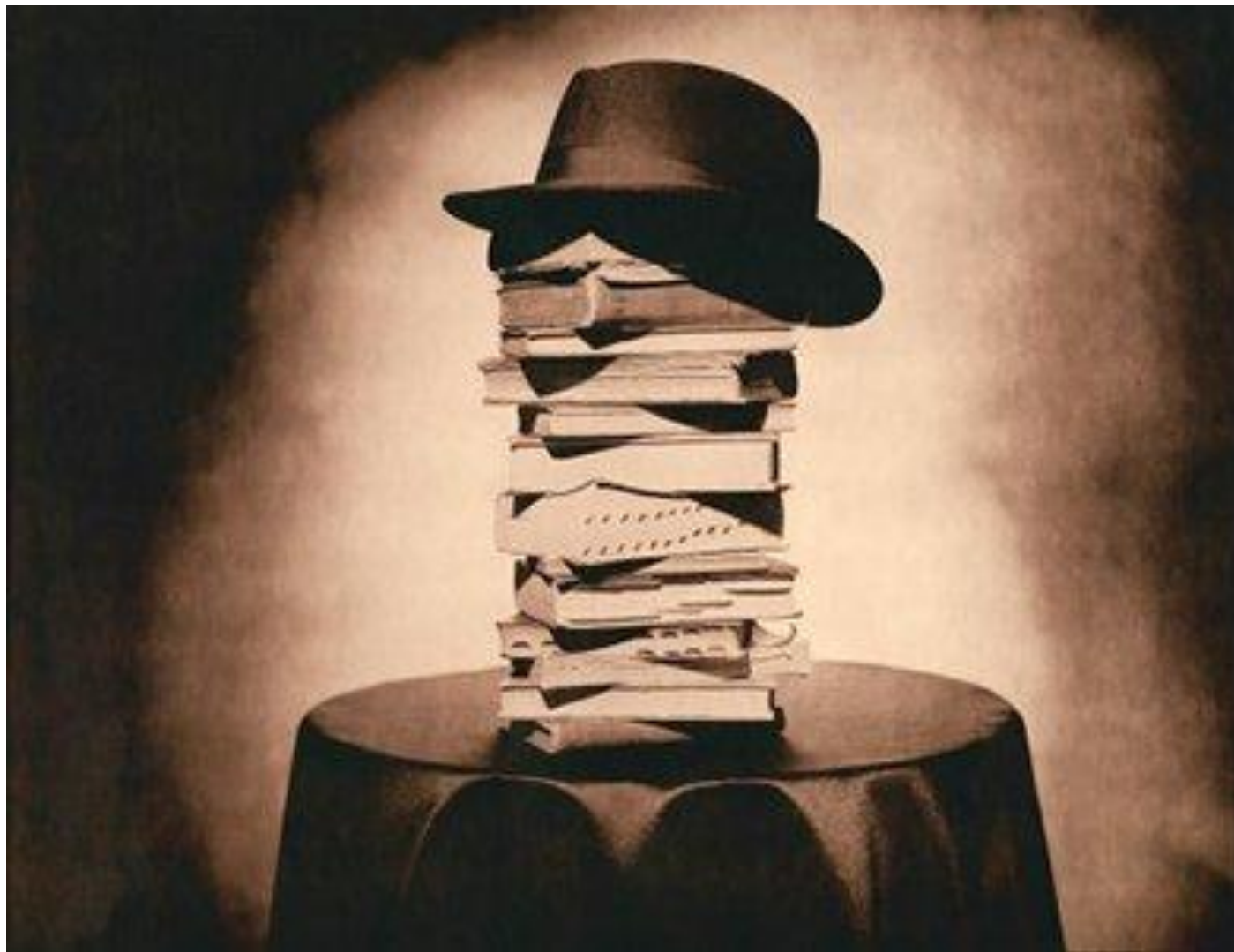
КАКИЕ БЫВАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ



КАКИЕ БЫВАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ



КАКИЕ БЫВАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ



КАКИЕ БЫВАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ



КАКИЕ БЫВАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ



КАКИЕ БЫВАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ



ПРОСТОТА, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ,
СВОБОДА, ТВОРЧЕСТВО, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ?????

brandhouse

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОЦ. ГРУППАМИ

1. Адекватные контактные лица:

- «ПМ» – с «ПМ»
- «Братки» – с «братками»
- «Сноб» – со «снобами»

2. Адекватный стиль, тон, «месседжи»: искренне!

3. Адекватный маркетинг: продукты, цены, коммуникации, каналы продаж

4. Адекватный социальной группе сервис...

КОГДА ВЫ «НЕ СОВПАДАЕТЕ»...

«Неадекватные»...

охранники, официанты, продавцы, менеджеры, «директрисы»

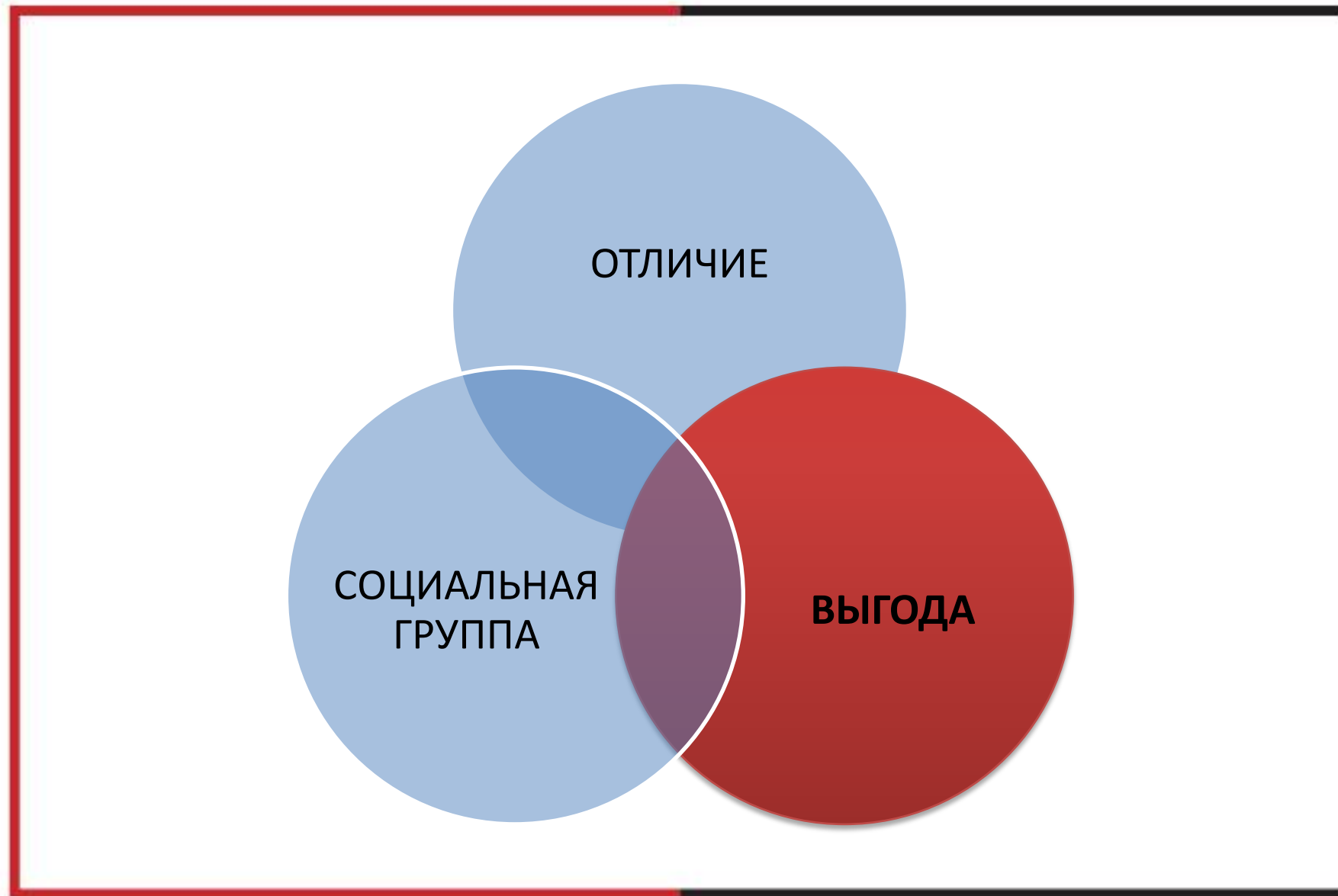
«невменяемые» акционеры

«плохой» сервис

«недобросовестные» поставщики

... завышенные ожидания

конфликт культур!



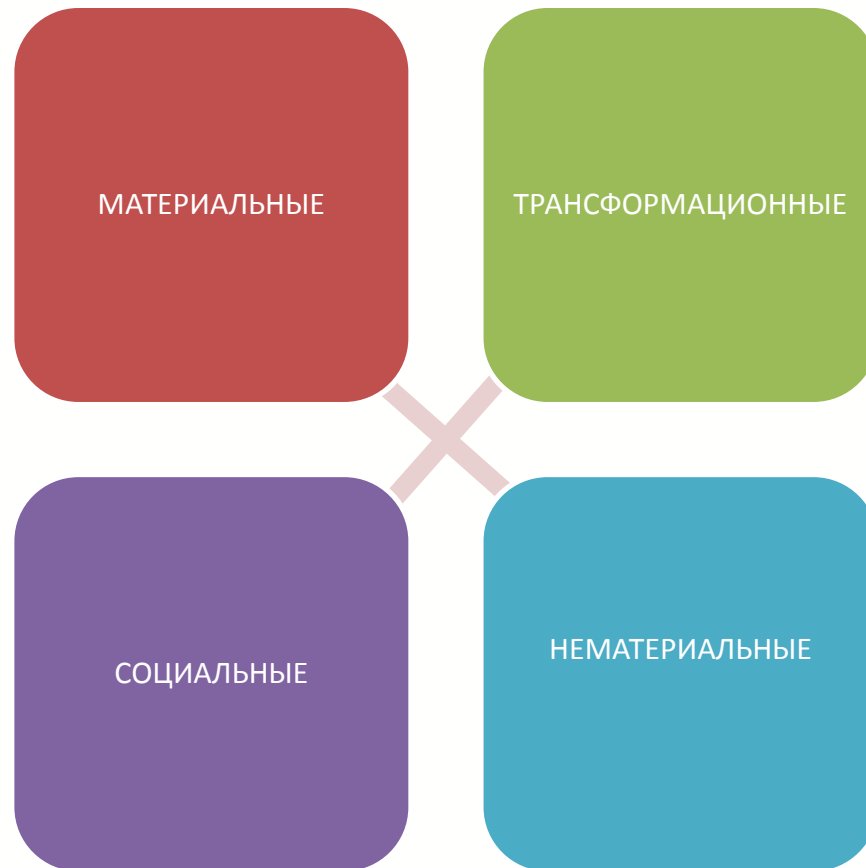
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ – ЭТО ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ВЫГОДА
ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕННОЙ АУДИТОРИИ

«УБОЙНАЯ ВЫГОДА»

ВАЖНО:

1. Правда. Лозунги и декларации вредят бизнесу.
2. Цену из «уравнения» лучше убрать

МАТРИЦА ЦЕННОСТЕЙ (ВЫГОД)



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОЦ. ГРУППАМИ

1. Адекватные контактные лица: из одной социальной группы:
 - «ПМ» – с «ПМ»; «Братки» – с «братками»; «Сноб» – со «снобами»
2. Адекватный стиль, тон, «месседжи»: искренне!
3. Адекватный маркетинг: продукты, цены, коммуникации, каналы продаж
4. Адекватный социальной группе сервис...

«ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И...»

... **слоган:** часто совпадают, и это нормально

... **миссия:** разный масштаб, назначение

... **и идентичность, образ:** позиционирование внешнее.

Идентичность – внутреннее.

ЗАДАЧА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

ОТЛИЧАТЬ: ЗНАЧИМО И ПОНЯТНО ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



Позиционирование

Пансионат «Море». Место отдыха
интеллекции



МАРКЕТИНГ. Позиционирование.

студия семейных праздников
«Технология чуда»



IT-КОМПАНИЯ, КЛИЕНТ «ВЛАСТЬ»

«Мы **инвестируем** в комплексные решения для развития страны»

МАРКЕТИНГ. Позиционирование.

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ: Тренер
собственников малого бизнеса

ПРОГРАММА: «из малого бизнеса в
средний за два года»



«Магазин – мастерская образа».



ЛИДЕРСТВО
ПОЛИТИКИ

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МИССИЯ
ПАРТНЕРСТВО УНИКАЛЬНОСТЬ

СТРАТЕГИИ

КАК МЫ
ДЕЙСТВУЕМ



НЕГАТИВНИЙ ПРИМЕР



РЕКЛАМА ЗАВЕДЕНИЯ НА... ПУШКИНСКОЙ



ВХОД В ЗАВЕДЕНИЕ НА ПУШКИНСКОЙ



«BRANDHOUSE» – ЭТО:

Корпоративная идеология и маркетинг на ее основе

«не дизайн»

ОСНОВНОЕ

- Чаще говорите «**нет**» – больше будет «**да**» от клиентов.
- «**Маргиналы**» всегда заметнее.
- Нет «правильного» или «неправильного» позиционирования – **есть ваше и не ваше.**
- Продажа – это **не цель, а результат** «совпадения с клиентом»
- Будьте **понятными** для других – они вас позиционируют

brandhouse

МОИ КОНТАКТЫ:

+38 (067) 503 51 46

TZ@BX.COM.UA

WWW.BRANDHOUSE.COM.UA

wikicity
nomica



ДИЗАЙН-ПАРТНЁР:



WWW.MITCI.COM.UA