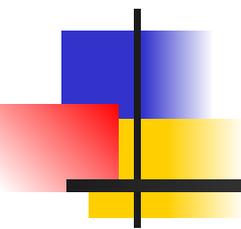


Стратегическое позиционирование

- 
-
1. Позиционирование на разнообразии
 2. Позиционирование на нуждах потребителей
 3. Позиционирование на доступе



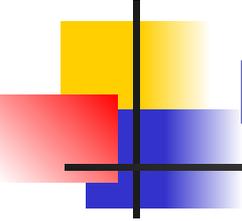
Стратегия основывается на уникальной деятельности

Операционная эффективность

– выполнение тех же действий, что и конкуренты, но *лучше*

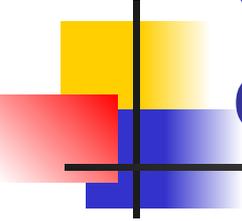
Стратегическое позиционирование –

- выполнение действий, *ОТЛИЧНЫХ* от действий конкурентов
- выполнение тех же действий, что и конкуренты, но *по-другому*



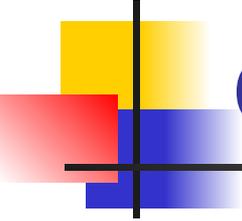
Источники стратегического позиционирования

- Позиционирование, основанное на разнообразии
- Позиционирование, основанное на нуждах
- Позиционирование, основанное на доступе



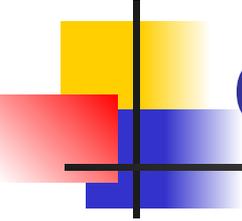
Стратегическое позиционирование, основанное на разнообразии

- Удовлетворяет определенный ограниченный набор нужд – *узкий круг*
- Направлено на разнообразные группы потребителей – *широкий круг*



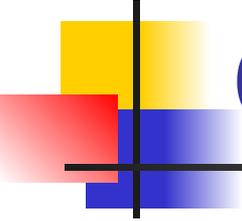
Позиционирование, основанное на нуждах

- Удовлетворять все или большую часть нужд – *широкий круг*
- Направлено на определенную группу потребителей – *узкий круг*
- Подбор уникального набора действий, направленных на удовлетворение этих нужд – ключ к успеху



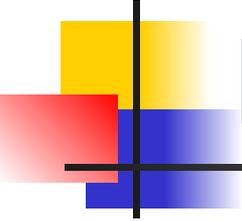
Позиционирование, основанное на доступе

- Удовлетворяет определенные или все нужды – *широкий круг*
- Направлено на определенный сегмент потребителей – *узкий круг*
- Подбор действий направлен на то, каким образом найти **доступ** к этой группе потребителей



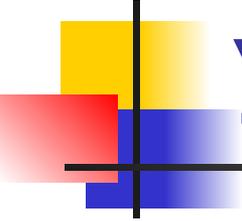
Стратегические уступки

- Определение, что более необходимо для успешного ведения бизнеса
- Решение, какие виды деятельности выполнять, а от каких отказаться



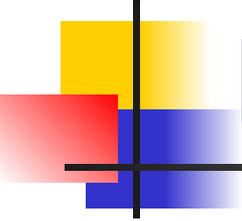
Причины уступок

- Несоответствие имиджу или репутации
- Возникает из самих видов деятельности
- Возникает из-за ограничений во внутренней системе контроля и координации



Уступки

- Уступки в цене означают уступки в качестве при
 - Зря потраченных усилиях
 - Плохом контроле
 - Неаккуратности
 - Слабой координации



Необходимость в уступках

- Уступки необходимы для создания конкуренции.
- Секрет стратегии заключается в том, «что не делать».
- Без уступок не будет нужды выбирать, а значит не будет нужды в стратегии, и успех опять будет зависеть от операционной эффективности