

# Стратегическое позиционирование

ПОДГОТОВЛЕНО  
КОМАНДОЙ «6 ЧЕЛОВЕК»

# Стратегические маневры

---

позволяют компании иметь некоторый «резерв» для улучшения условий своей деятельности в среде с постоянно изменяющимися экономическими факторами так или иначе связанными с конкуренцией



# Стратегия компании

---

Для осуществления стратегических маневров вначале необходимо разработать стратегию компании



# Стратегическое позиционирование

---

один из этапов разработки стратегии компании, позволяющий найти положение, в котором возможности компании будут обеспечивать защиту от конкуренции



## Пример успеха. Ситуация.

---

- доминирующее положение занимают Coca-Cola, Pepsi-Cola
- множество конкурентов, ведущих борьбу за отдельные ниши
- барьеры входа обусловленные узнаваемостью марки, широкомасштабным маркетингом, доступ к сети предприятий разлива



## Пример успеха. Решение.

---

- Отличный вкус
- Наилучший сервис
- Максимальное отличие от конкурентов
- Дифференциация линии напитков, основанных на оригинальном вкусе



## Пример успеха. Результат.

---

- Конкуренция в маркетинге, но не в ассортименте и дистрибуции
- Узнаваемость торговой марки
- Экономия за счет роста объемов

## Что за компания?

- Dr. Pepper



# Залог успеха

---

Заявить свои права на позицию, менее уязвимую для атак непосредственных конкурентов, как занимающих прочное положение в отрасли, так и новых, а также со стороны покупателей, поставщиков и товаров-заменителей





## Пример неудачи. Ситуация.

---

- Марка «Мальборо» задумывалась исключительно для женщин. В 1920 году женщины боролись за равноправие и желали иметь те же привычки, что и сильный пол
- *«Мальборо»...мягкие, как майский ветерок, специально для дам, проницательный вкус которых подтверждает верность мужского суждения о том, что «Мальборо» - это аристократ среди сигарет...*



## Пример неудачи. Развитие событий.

---

- В начале 1950-х годов ученые опубликовали данные исследования, связывающего курение с раком легких, а пресса активно заговорила о вреде пристрастия к сигаретам.
- Распространенное убеждение о том, что сигареты с фильтром курят только женщины. Мужчины боялись стать объектом насмешек.



## Пример неудачи. Результат.

---

- Последующая дефеминизация марки
- Лишние затраты
- Упущенная прибыль
  - материал фильтра дешевле табака
  - благодаря фильтру можно использовать табак более низкого качества



## Пример неудачи. Причины.

---

- Переоценка емкости одной ниши
- Неправильная оценка собственных возможностей
- Ошибочная информация о пожеланиях потенциальной целевой аудитории



# Возможные риски

---

- Возможная потеря времени и ресурсов
- Вредные для будущей деятельности компании ассоциации

