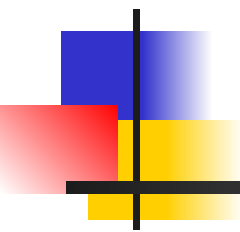
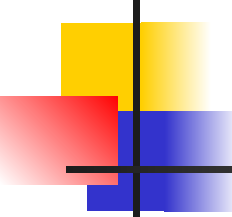


# Стратегическое позиционирование

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



# Стратегия основывается на уникальной деятельности

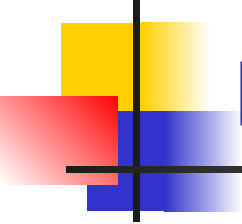
---

## **Операционная эффективность**

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

## **Стратегическое позиционирование –**

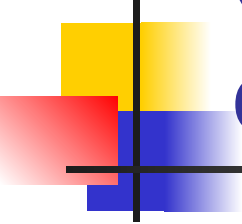
- выполнение действий, *ОТЛИЧНЫХ* от действий конкурентов
- выполнение тех же действий, что и конкуренты, но *по-другому*



# Источники стратегического позиционирования

---

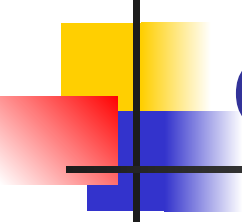
- Позиционирование, основанное на разнообразии
- Позиционирование, основанное на нуждах
- Позиционирование, основанное на доступе



# Стратегическое позиционирование, основанное на разнообразии

---

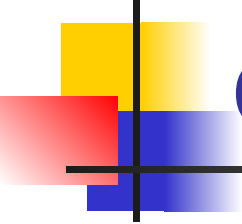
- Удовлетворяет определенный ограниченный набор нужд – *узкий круг*
- Направлено на разнообразные группы потребителей – *широкий круг*



# 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