

Тема: Позиционирование товара на рынке.

Подготовил:
Райцис Владислав

Позиционирование

- Позиционирование товара - это оптимальное размещение товара в рыночном пространстве.
- При этом необходимо различать сегментацию и позиционирование, хотя последние части включают в сегментацию рынка. Результат сегментации рынка - это желаемые характеристики товара. Результат позиционирования - это конкретные маркетинговые действия по разработке, распространению и продвижению товара на рынок.
- Позиционирование - это разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров конкурентов.
- Позиционирование - это комплекс маркетинговых элементов, с помощью которых людям необходимо внушить, что данный товар создан специально для них, и что он может быть идентифицирован с их идеалом.

Основные стратегии позиционирования товара

- позиционирование, основанное на отличительном качестве товара;
- позиционирование, основанное на выгодах от приобретения товара или на решениях конкретной проблемы;
- позиционирование, основанное на особом способе использования товара;
- позиционирование, ориентированное на определенную категорию потребителей;
- позиционирование по отношению к конкурирующему товару;
- позиционирование, основанное на разрыве с определенной категорией товаров.

Варианты позиционирования

- Первая стратегия направлена на укрепление сознания потребителей текущей позиции марки.
- Вторая стратегия заключается в том, чтобы найти новую незанятую позицию, которая представляет ценность для достаточно большого числа потребителей и занять её.
- Третья стратегия заключается в том, чтобы вытеснить конкурентов с их позиции либо осуществить репозиционирование, которое связано, как правило, с проникновением в новые потребительские сегменты или на новый рынок.