

Позиционирование

Простой ответ на сложные
вопросы

Содержание

1. Немного скучной, но полезной теории
2. Животрепещущие реалии рынка
3. Чек-лист. Как узнать правду про себя
4. Практика. Достойные примеры других
5. Что делать завтра. 4 шага



**Мировой лидер в разработке
стратегий позиционирования**

**Сегодня компании не остаются один на один с клиентом,
и ничто так не влияет на их успех, как**

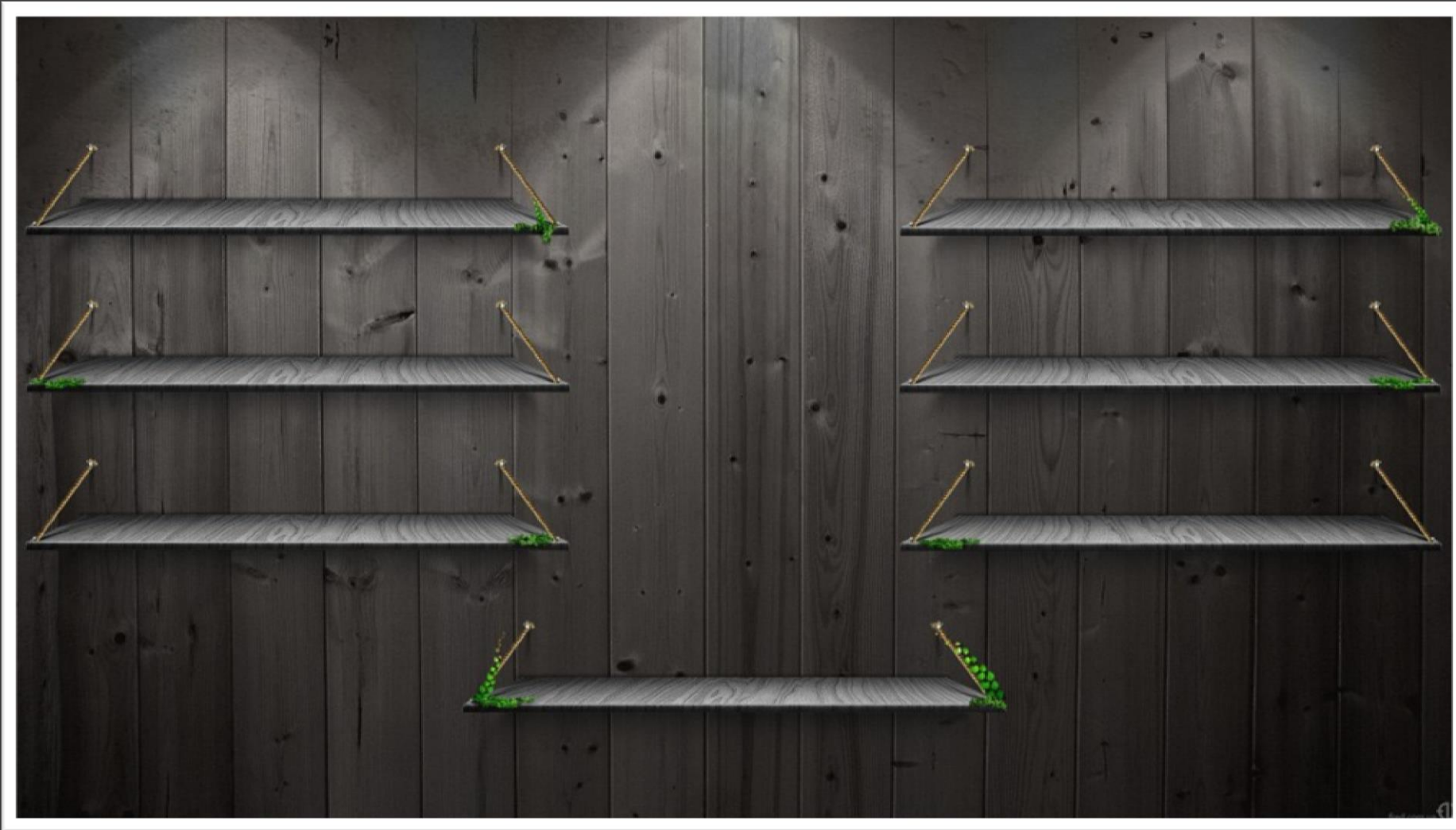
конкуренты





**Позиционирование - это
доказанное ключевое отличие
вашего продукта от конкурентов,
связанное в сознании
потребителей с очевидными
выгодами**

Классификация



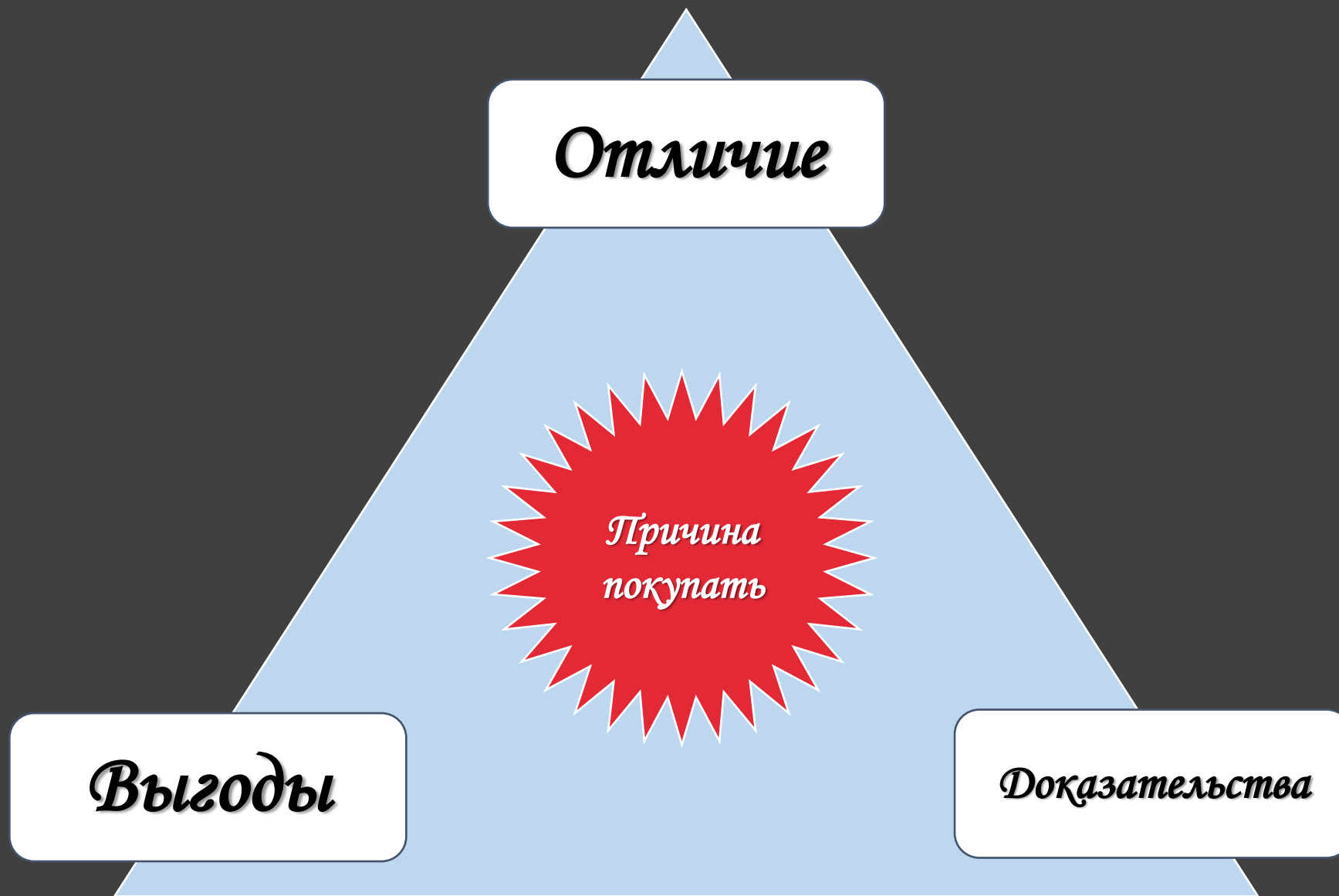
Дифференциация

Александр печать
Антон видео
Анатолий Казантип
Борис гитара бас
Борис Барабанов
Василий студия
Варвара фешн Омск
Валерий ???
Галина ресторан
Гриша Noize MC
Евгений К Trout&Partners
Евгений Манзырев ART

Алекс Мумий Троль
Маша PR
Иван Эвакуатор
Ирина вокал джаз
Костя венчур фонд
Кушнир Александр
Леонид Сколково гранты
Макс Масеев Союз
Николай футбол лужа
Настя Кино саундтрек
Ольга публичное вещание
Сергей Бабич форум Colisium

В эпоху бесчисленного изобилия
предложений и тотальной конкуренции
успех сопутствует лишь тем, кто
несравненен.

Незаменим!





Содержание

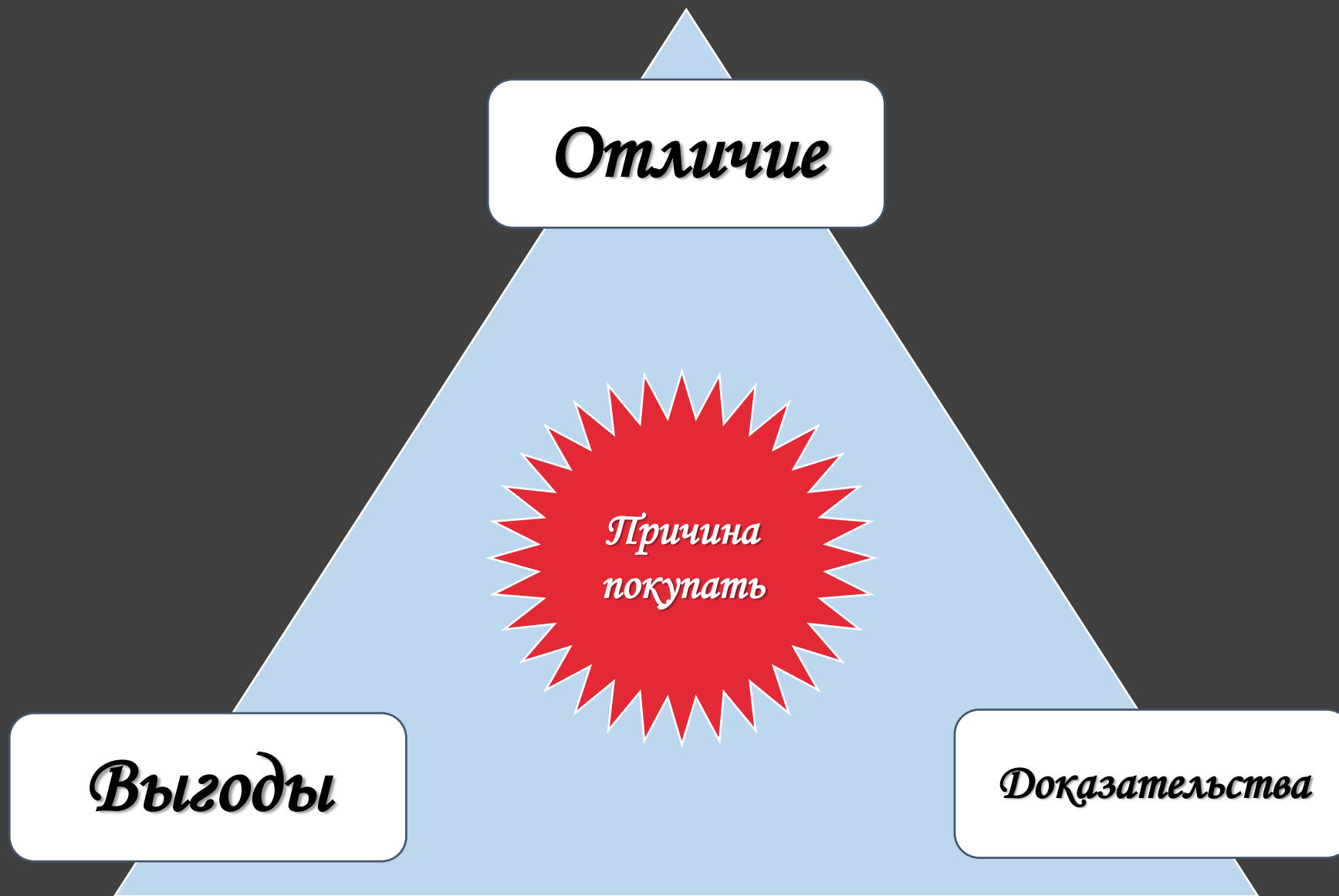
1. Немного скучной, но полезной теории
2. Животрепещущие реалии рынка
3. Чек-лист. Как узнать правду про себя
4. Практика. Достойные примеры других
5. Что делать завтра. 4 шага

На практике почти все одинаковые



Содержание

1. Немного скучной, но полезной теории
2. Животрепещущие реалии рынка
3. Чек-лист. Как узнать правду про себя
4. Практика. Достойные примеры других
5. Что делать завтра. 4 шага



Отличие

1

Проверьте концепцию:

Ваша идея

не занята

конкурентами

Выгоды

2

Проверьте концепцию:

В этой идее есть выгода,
ценность, за которую
потребитель готов платить

Доказательства

З

Проверьте концепцию:

Потребителю очевиден ваш ресурс,
репутация или явный факт,
доказывающий ваше

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ право

На данную концепцию

Содержание

1. Немного скучной, но полезной теории
2. Животрепещущие реалии рынка
3. Чек-лист. Как узнать правду про себя
4. Практика. Достойные примеры других
5. Что делать завтра. 4 шага

Производственная компания Aqualife

Индустрия: производство безалкогольных напитков

Продукт: FANTOLA

Краткое описание:

Молодежный бренд газированных лимонадов с невообразимыми миксами вкусов.

Яркий, ни на кого не похожий, позитивный, современный, открытый, трендовый бренд, настоящий друг для молодежи



Проверка концепции с помощью инструмента “Треугольник позиционирования”

- ✓ **Концепция:** Fantola - новая Фанта для подростков
- ✓ **Отличие:** широкий ассортимент, актуальный дизайн важный для подростков
- Выгода:** Разнообразие, самовыражение, эмоции
- ✓ **Доказательства:** трендовая, яркая упаковка, необычные вкусы, популярность в социальных сетях среди тинейджеров, инфлюенсеров.

Производственная компания BioFoodLab

Индустрия: здоровое питание

Продукт: снеки для взрослых и детей

Краткое описание:

- ✓ Собственная лаборатория и фабрика в Москве
- ✓ В составе продукции понятные и натуральные ингредиенты
- ✓ Полный контроль на всех этапах от выбора поставщиков до выпуска продукции гарантирует высокое качество.

Компания № 1 по производству снеков в России

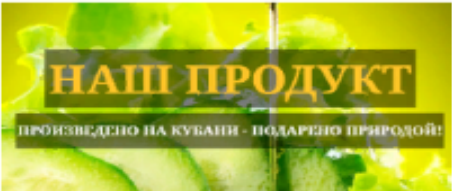
Мы в BioFoodLab создаем здоровые и вкусные снеки для взрослых и детей. У нас своя лаборатория и фабрика в Москве, где мы производим всю продукцию.



ТОП-компаний в выдаче

без сортировки по рейтингу популярные новые Показать на карте

показать: 40, 100, 300



← →

Производитель растительного масла «НАШ ПРОДУКТ»

★★★★☆

📍 Краснодар 3



← →

Компания «Прилов»

★★★★☆

📍 Санкт-Петербург 5



← →

ООО Ростовская Снэковая Компания

★★★★☆

📍 Белая Калитва 17



← →

Производитель чипсов ИП «Ланина А.В.»

★★★★☆

📍 Белгород 5



← →

ООО «Восточный Караван»



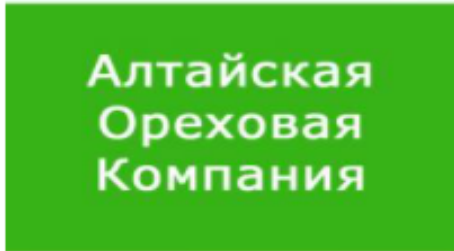
← →

ТМ «Кукусики».



← →

ООО «ПКП «Гефест»



← →

ООО «Алтайская Ореховая Компания»

Проверка концепции с помощью инструмента “Треугольник позиционирования”

Концепция: компания №1 по производству снеков в России

Отличие: ?

Выгода: у лидера покупать безопасно

Доказательства: ?

Проверка концепции с помощью инструмента “Треугольник позиционирования”



Концепция: компания №1 по производству **ПОЛЕЗНЫХ** снеков
снеков в России

Отличие: **ПОЛЕЗНЫЕ** и натуральные ингредиенты



Выгода: у лидера покупать безопасно



Доказательства: собственная лаборатория и фабрика в Москве,
система контроля качества, признаны ритейлерами, спортивные
блогеры и инфлюенсеры с удовольствием рассказывают о
продукции

Кейсы

divan.ru



Кейс Trout&Partners, China



Шаг 1. Анализ рыночной ситуации

Сегмент рынка: производство безалкогольных напитков

Бренд: **Jia Duo Bao**

Охват > 20 млрд
Сельский рынок
Цена ниже



Охват > 10 млрд
Города



Проверка концепции с помощью инструмента “Треугольник позиционирования”

Концепция: прохладительный напиток из травяного чая



Отличие: напиток на основе травяного чая



Выгода: польза для здоровья



Доказательства: травяной чай – традиционный напиток Китая с известными лечебно-профилактическими свойствами: снижает внутреннее тепло, уменьшает воспаление

Шаг 2. Поиск отличия. Jia Duo Bao

Не соперничать,
а найти выгодное и не занятое
конкурентами отличие!

В основе стратегии
позиционирования: продукт и его
уникальные свойства +
шаблоны восприятия потребителя



Шаг 3. Аргументы в поддержку



Шаг 4. Работа с сознанием потребителя

На уровне коммуникаций

На уровне функциональных стратегий:

- Цена выше, чем у Coca Cola
- Каналы распространения: ставка на предприятия общественного питания



Позиционирование - ключевой фактор успеха в конкурентной борьбе!

Результат: победа над Coca Cola

Ключевые выводы:

- Соперничать с глобальными компаниями можно!
- Стратегия конкурентирования по цене уязвима
- Выбирая стратегию, задаем вопрос: кем нам позволят стать конкуренты?
- В поиске отличия оцениваем свойства продукта и думаем как потребители



Как выйти на рынок Китая?

Инструкция от
Trout&Partners,
China



Содержание

1. Немного скучной, но полезной теории
2. Животрепещущие реалии рынка
3. Чек-лист. Как узнать правду про себя
4. Практика. Достойные примеры других
5. Что делать завтра. 4 шага

Так как же стать
незаменимым?

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

Шаг 2. Найти выгодное и незанятое отличие

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

Шаг 2. Найти выгодное и незанятое отличие

Есть ли у вас понимание, почему потребители должны выбрать ваш продукт вместо продуктов конкурентов?

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

Шаг 2. Найти выгодное и незанятое отличие

Есть ли у вас понимание, почему потребители должны выбрать ваш продукт вместо продуктов конкурентов?

Шаг 3. Подготовить понятные и правдивые аргументы

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

Шаг 2. Найти выгодное и незанятое отличие

Есть ли у вас понимание, почему потребители должны выбрать ваш продукт вместо продуктов конкурентов?

Шаг 3. Подготовить понятные и правдивые аргументы

Знаете ли вы, почему потребители вам поверят? Чем докажем?

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

Шаг 2. Найти выгодное и незанятое отличие

Есть ли у вас понимание, почему потребители должны выбрать ваш продукт вместо продуктов конкурентов?

Шаг 3. Подготовить понятные и правдивые аргументы

Знаете ли вы, почему потребители вам поверят? Чем докажем?

Шаг 4. Донести ваше отличие до потребителя

4 Шага технологии Джека Траута

Шаг 1. Провести анализ положения марки или товара на рынке

Знаете ли вы, кто ваш целевой потребитель, кто конкурирует с вами за его выбор, и как он воспринимает рынок, вас и ваших конкурентов сегодня?

Шаг 2. Найти выгодное и незанятое отличие

Есть ли у вас понимание, почему потребители должны выбрать ваш продукт вместо продуктов конкурентов?

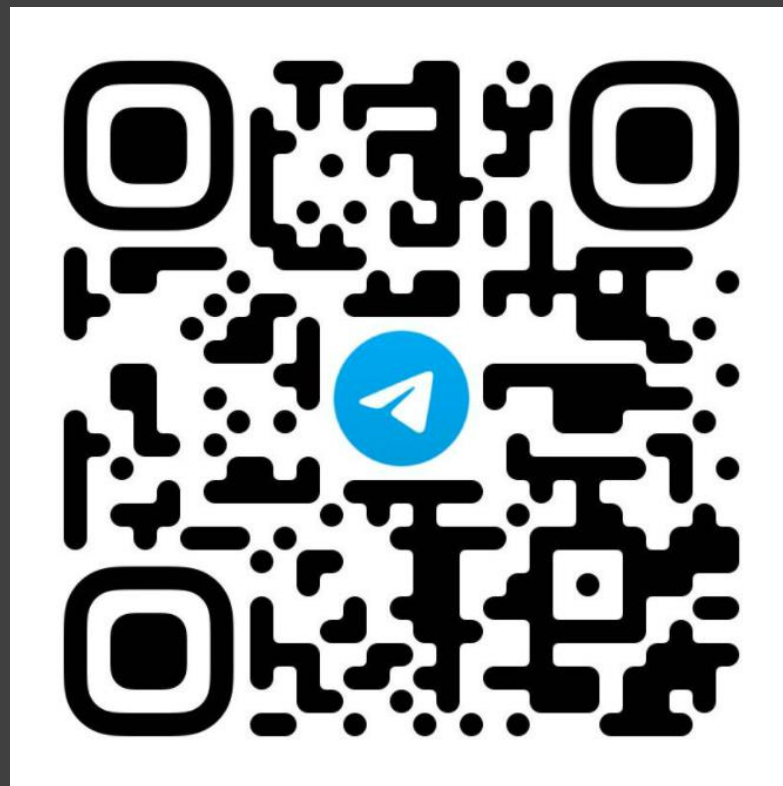
Шаг 3. Подготовить понятные и правдивые аргументы

Знаете ли вы, почему потребители вам поверят?

Шаг 4. Донести ваше отличие до потребителя

Есть ли у вас понятный план, как перенести найденное вами выгодное и доказанное отличие из ваших презентаций в голову потребителя? © Trout & Partners, 2011-2021

**Есть возможность
проверить свой
продукт**



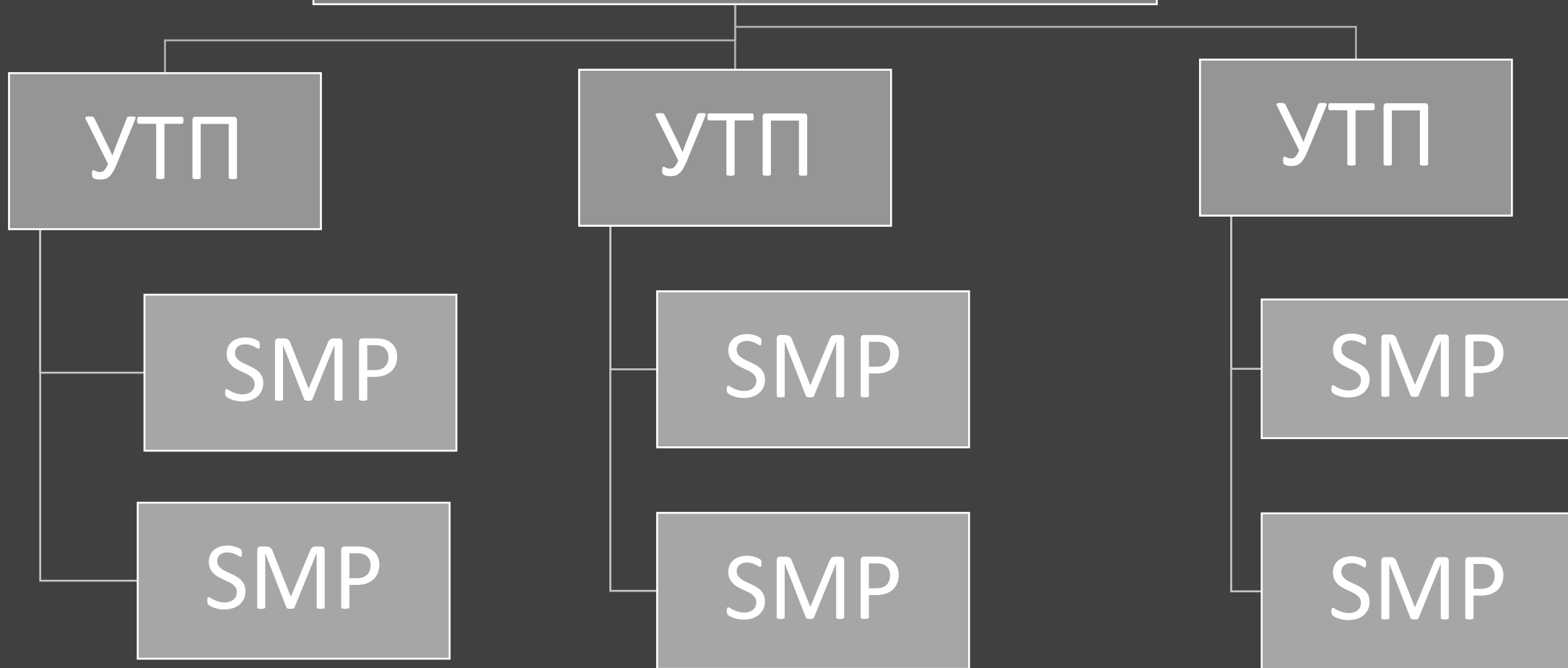
**Запросите простой
чек-лист в
Telegram чате,
отправив сообщение
«Чек-лист»**

Деловая игра «Фабрика SMP»

Заполните
ЭКСПРЕСС-БРИФ



Позиционирование



Single-minded proposition

Простое однозначное сообщение

Кто?

Для кого?

Что?

Зачем?

Почему?

Клуб для достижений

Body Sculptor

Клиент: Родитель школьника
Мотив: разгрузить ребёнка после уроков
КВ: регулярная умеренная физ нагрузка и чтобы ребёнку нравилось
КХ: 2 раз в неделю тренировки в мини группах
Ресурс: тренеры - профессионалы с педагогическим образованием

УТП : тренировки в зале для подростков под руководством тренера



РЕГУЛЯРНЫЕ
ТРЕНИРОВКИ
УЛУЧШАЮТ
МОЗГОВУЮ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**РАЗГРУЗИТЕ
ШКОЛЬНИКА ПОСЛЕ
УРОКОВ!**

ТРЕНИРОВКИ В ЗАЛЕ
"JUNIOR GYM"

- тренировки проводят фитнес-тренеры с педагогическим образованием
- подростки тренируются в мини группах со сверстниками
- регулярный контроль результатов на **InBody Test**



**BODY
SCULPTOR
CLUB**

ЛАБОРАТОРИЯ ДВИЖЕНИЯ

ПРОГРАММА ВОССТАНОВЛЕНИЯ ТЕЛА

ЖИВИ БЕЗ БОЛИ - ДВИГАЙСЯ ЛЕГКО

**ТРЕНИРОВКИ СО СПЕЦИАЛИСТОМ-РЕАБИЛИТОЛОГОМ
ПО УНИКАЛЬНОЙ МЕТОДИКЕ ВОССТАНОВЛЕНИЯ
POLESTAR PILATES**

УТП: программа восстановления тела «Лаборатория Движения»

Клиент: человек испытывающий скованность в спине и суставах

Мотив: разгрузить спину, избавиться от боли

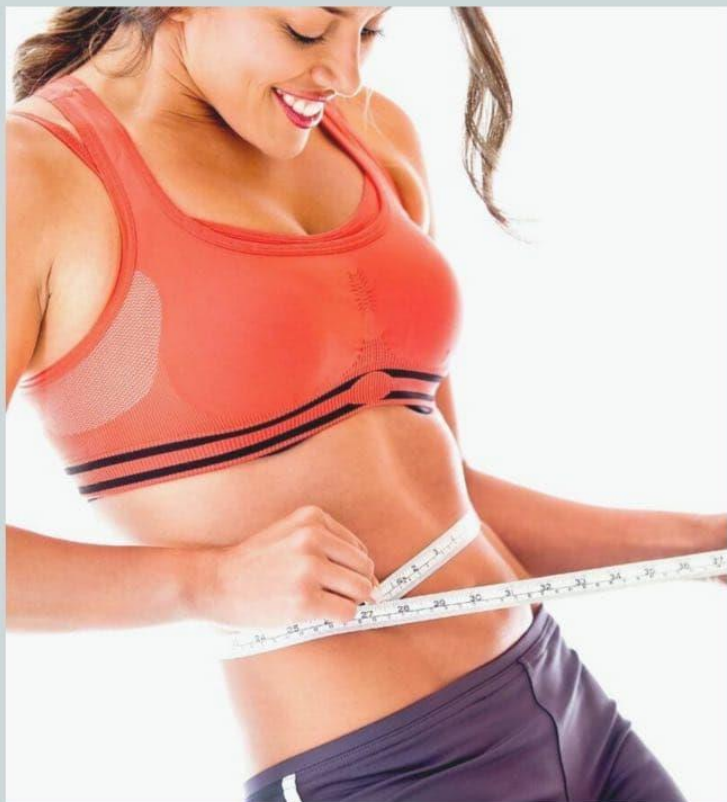
КВ: программа с проверенным специалистом /проверенная методика восстановления

КХ: регулярные тренировки по уникальной методике Polestar Pilates

Ресурс : специалист - реабилитолог

" Сбрось лишнее "

программа снижения веса



Чтобы жить легче

Комплексное решение для снижения веса с контролем результатов на InBody Test

Для тех, кто не сидит на месте

«ФИТНЕС КЛУБ В КАРМАНЕ»

- ✓ тренировки с любимым тренером, которому доверяешь
- ✓ из любой точки мира

ОНЛАЙН ДОСТУП К ТРЕНИРОВКАМ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

A large screen displays a live fitness class with multiple participants. Below the screen is a laptop showing the same content. The background is a gym setting with a red pillar and a wooden bar.



BODY SCULPTOR CLUB

ПРОГРАММЫ С СОПРОВОЖДЕНИЕМ ТРЕНЕРА

Программа тренировок на 30 дней + безлимитная карта + персональный тренер

ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ВИДИМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ И
НЕ ТРАТИТЬ ВРЕМЯ ВПУСТУЮ

ВРЕМЯ-САМЫЙ ЦЕННЫЙ РЕСУРС

Не тратьте его
впустую!

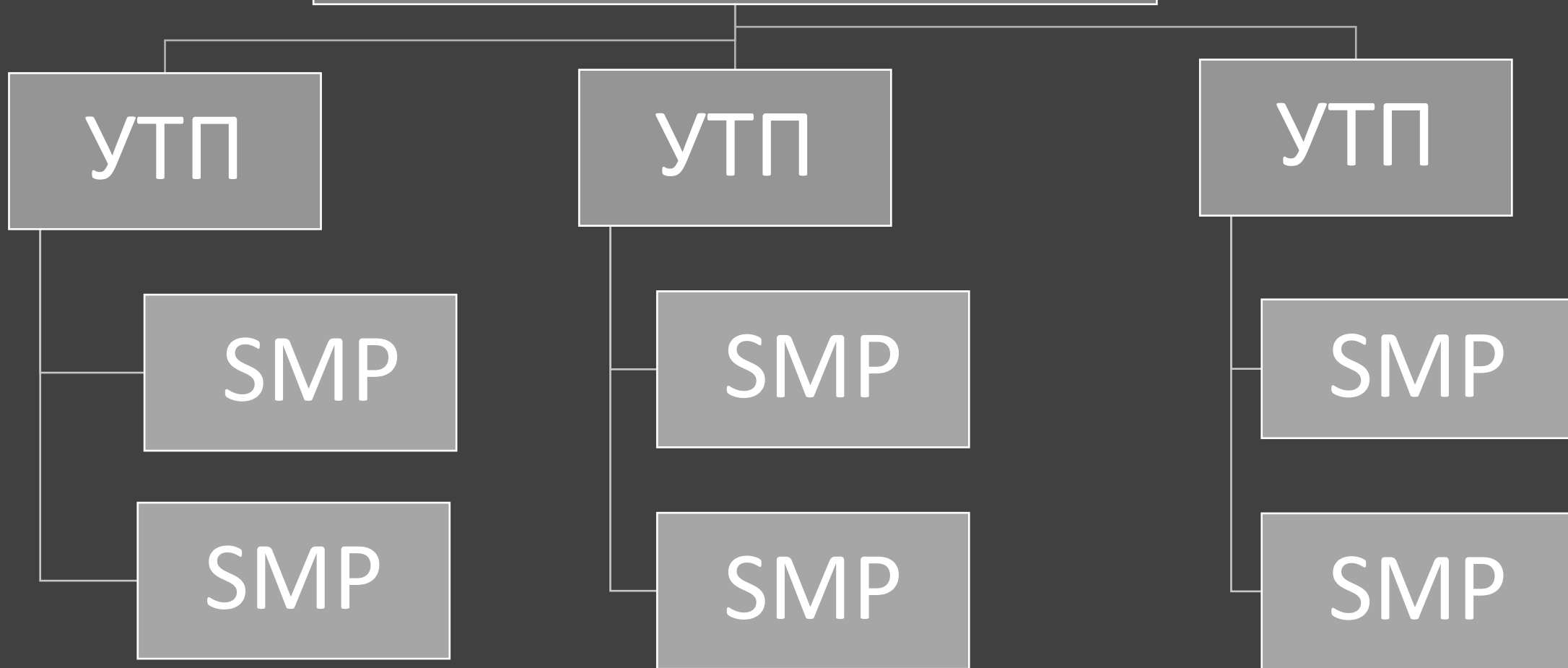


Тренер:

- распишет твой личный трен. план на месяц
- будет регулярно тренироваться с тобой (1-3 раза в неделю)
- поможет с питанием и здоровыми привычками
- будет рядом (на связи каждый день)

только в BODY SCULPTOR CLUB

Позиционирование



Практикуем SMP