

سند جایگاه سازی برند



Alirezataheri.ir

علیرضا
طاهری

Alirezataheri.net



بوم سند جایگاه سازی برند

چه ویژگی متمایزی دارید تا مخاطب در نظر بگیرد؟	چرا باید شما را انتخاب کنند؟	چه جایگاهی به مشتریان می دهید؟	مزایای شما به شکلی هست که مشتریان محصول قبلی را کنار بگذارند؟	در حال حاضر از چه روشی برای حل شکلی هست که مسائل آنها استفاده میکنید؟
.....				
.....				
.....				
.....				
.....				
.....				
.....				

مهم ترین سوالاتی که باید به آنها پاسخ بدهید.

توضیح	انچه باید برای جایگاه سازی انجام شود
چه ویژگی هایی باعث تمایز برند ما از دیگران می شود؟	جایگاه سازی یا تمایز بنیادی
آنان که جایگاه بالایی در طبقه محصول ما دارند و سهم بازارمان را گرفته اند؟	شناخت رقبا
از کدام رقبا می توان سهم بازار را گرفت؟ حتی در طبقات دیگر (محصول)	یافتن منابع توسعه و پیشرفت
به چه کسانی می خواهیم بفروشیم؟	تعیین مشتریان هدف
ما در چه زمینه هایی قوی هستیم؟ کارایی محصول (رقبا در چه زمینه هایی ضعیف هستند؟	تعیین فواید فیزیکی



توضیح	انچه باید برای جایگاه سازی انجام شود
چه حسی را به مصرف کننده منتقل می کند و چه تجربه ای برای او ایجاد می کند؟	تعیین فواید احساسی
ادعای خود را چگونه تقویت و پشتیبانی می کنید؟	تشریح دلایل خرید
طراحی شخصیت انسانی برای برند	ایجاد شخصیت برای برند
قیمت گذاری و تخفیف ها با توجه به جایگاه بر چه اساسی انجام می شود؟	استراتژی قیمت گذاری
آیا برند به سودآوری رسیده است؟	اهداف مالی بودجه مورد نیاز
آگاهی دادن، ترغیب و یادآوری	سهم بازار امسال
امتحان محصول خرید مجدد، آفرینگ	اهداف تبلیغات.
روش ها و کانال های مختلف.	اهداف ترویج فروش

