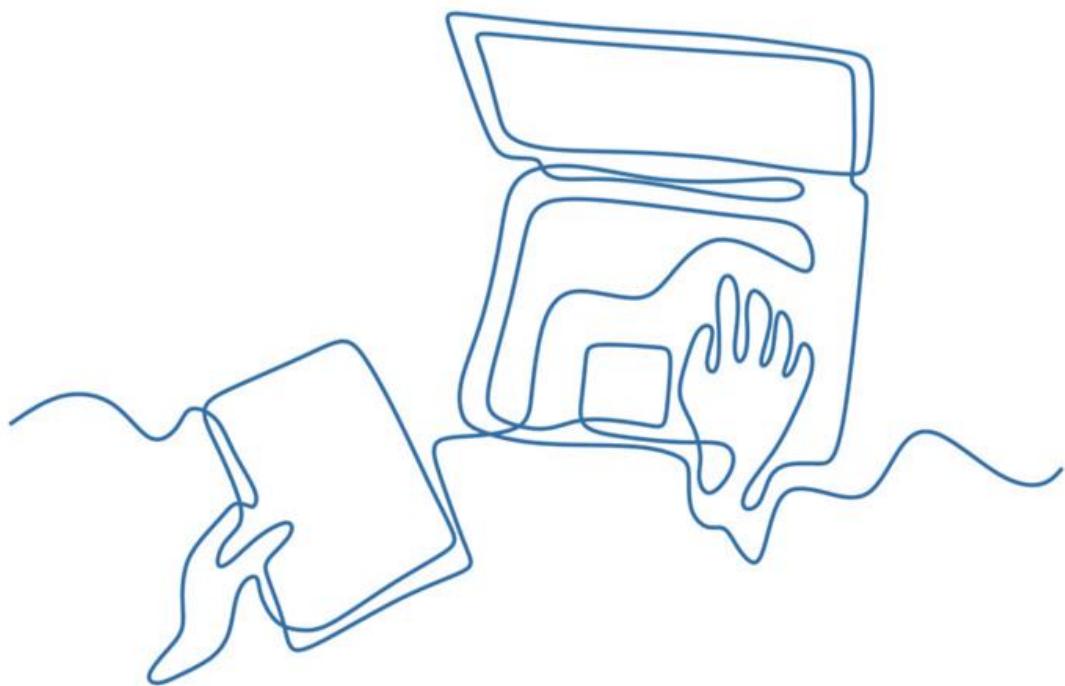


سنجید جایگاه سازی برنده



Alirezataheri.ir

علی‌رضا
طاهری

Alirezataheri.net



بوم سند جایگاه سازی برند

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

مهم ترین سوالاتی که باید به آنها پاسخ بدهید.

توضیح	انچه باید برای جایگاه سازی انجام شود
چه ویژگی هایی باعث تعایز برند ها از دیگران می شود؟	جایگاه سازی یا تعایز بنیادی
آنان که جایگاه بالایی در طبقه محصول ما دارند و سهم بازارهای 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 هالی بودجه مورد نیاز
آگاهی دادن، ترغیب و یادآوری.	سهم بازار امسال
امتحان محصول خرید مجدد، آفرینش	اهداف تبلیغات.
روش ها و کانال های مختلف.	اهداف ترویج فروش

