Miben vagy más, mivel tűnsz ki a versenytársak közül?

Miért fontos a differenciálódás?

* Segít a versenyelőny megszerzésében
* Segít a márkaismertség kialakításában
* Segít kapcsolatot építeni az ügyfelekkel

A termékdifferenciálásnak három típusa van:

1. vertikális differenciálás - az ügyfelek **objektív tényező** alapján rangsorolják opcióikat, mint például a szolgáltatások elérhetősége, szállítási idő, az ár vagy a minőség.
2. horizontális megkülönböztetés - az ügyfelek egy **szubjektív tényező**, például **személyes nézőpont vagy ízlés alapján választják ki választásaikat**. A termék kiválasztása a rendelkezésre álló szín, íz, kényelmesség, ügyfélközpontúság alapján.
3. keverékdifferenciálás - ez az **objektív és a szubjektív** tényezőket ötvözi. Ez a megkülönböztetési típus azt jelenti, hogy a **fogyasztók saját igényeik és szükségleteik alapján értékelik az árat és a funkciókat**. Például egy számítógép vásárlása magában foglalja a függőleges és vízszintes megkülönböztetést. Az ügyfél objektív tényezőket vesz figyelembe, mint például az ár és a szükséges jellemzők; és olyan szubjektív tényezőket, mint a számítógép színe.

Fontos, hogy a versenytársak felmérése, mi az ő hozzáadott értékük? Miért választják őket az ügyfelek? Mi az, amit ők csinálnak jelenleg?

Csak azokat, akik ugyanazon a piacon tevékenykednek- helyi, regionális

Csak a legnagyobb konkurenciát elemezzük – 3/4 vállalkozás

Versenyképességi mátrix elkészítése

Hogyan tűnjünk ki a versenytársaink közül?

Miért válasszam a te terméked/szolgáltatásod?

Mitől vagy te jobb a jelenleg piacon található cégektől?

Mi a te terméked/szolgáltatásod hozzáadott értéke?

Pár mód a megkülönböztetésre:

1. **Verhetetlen ügyfélszolgálat**

Egy kutatás szerint az ügyfelek majdnem 60%-a vált márkát, ha nem elégedett az ügyfélszolgálattal

* Vedd komolyan az ügyfelek visszajelzéseit
* Bánj az ügyféllel úgy, mintha egyedi élményben részesülne
* Fejleszd a termékedet/szolgáltatásodat a visszajelzések alapján
* Rossz élmény esetén kínálj fel kompenzációt – kupon, engedmény, extra szolgáltatás
* A szolgáltatás/termék mellé ajánlj valami mintát
1. **Találd meg a piaci résed**
* Ha már tudod, hogy ki a célközönséged meg tudod határozni, pontosan milyen igényeik vannak – pl. Kényelem, gyorsaság, kellemes hangulat, egyszerű vásárlás,
1. **Tedd személyessé**
* Az érzelmi kapcsolat megteremtése a márkán keresztül elengedhetetlen a kitűnéshez. – egy elégedett ügyfél ajánl tovább (facebook csoportok)
* Fontosabb, hogy a meglévő ügyfeleinket tartsuk meg – kutatás szerint 14x nagyobb valószínűséggel adsz el ugyanannak a személynek – márkahűség, bizalom
1. **Az ár**
* az árnak versenyképesnek kell lennie, de ha piaci ár alatt adsz el, hosszú távon nem előnyös
* A magas ár jelenthet hovatartozást, csoporthoz való tartozást
1. **A termék/szolgáltatások személyre szabása**
* A vásárlók egyharmada egyedi termékeket keres és 20%-al többet hajlandóak ezért fizetni
1. **Légy társadalmilag felelős – érzelmi kötődés**
* Jótékonysági adomány
* Szponzoráció
* Környezetre való figyelés
* Szolgáltatás/termék előállítása tudatos és fenntartható
1. **A sebesség**
* Előnyt jelent, ha a terméked/szolgáltatásod gyorsan és minőségi módon tudod kínálni