ТЕМА 3 · ЧАСТ 2

# КОНКУРЕНЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРАНЕ

## ОСНОВНА ИДЕЯ

**Клиентът избира между различни начини да реши проблема си.**
**Сравняваме конкретните конкурентни решения, откриваме значимите за клиента разлики и избираме желана позиция, която бизнесът може устойчиво да осигурява.**

## 1. КОГО СРАВНЯВАМЕ?

**ПРЯК КОНКУРЕНТ:** Сходно решение за сходни клиенти.

**НЕПРЯК КОНКУРЕНТ:** Различно предложение за същата потребност.

**АЛТЕРНАТИВНО РЕШЕНИЕ:** Друг начин за решаване на проблема, включително самостоятелно.

**Фокус:** 2–3 конкретни решения, които клиентът реално би избрал.

## 2. КОГА ИМАМЕ ПРЕДИМСТВО?

**РАЗЛИКА • КЛИЕНТ • БИЗНЕС**

Променя ли нещо важно и за двамата?

### ЧЕТИРИ ПРОВЕРКИ

**Клиент:** значима ли е разликата?

**Алтернатива:** спрямо коя?

**Изпълнимост:** можем ли да я осигурим?

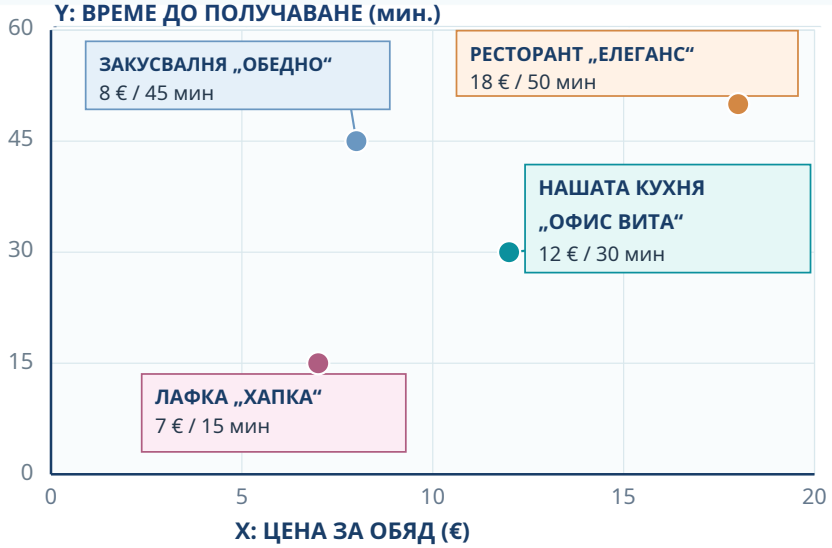
**Устойчивост:** можем ли да я запазим?

**Предимство:** ценена от клиента разлика, устойчиво осигурявана от бизнеса.

## КАРТА НА ПОЗИЦИОНИРАНЕТО

Сравняваме предложения по **два критерия**, важни за приоритетния клиент.

ИЗЦЯЛО УСЛОВЕН ПРИМЕР: обяд за офис служители




Критерии: цена на обяда (€) и време до получаване (мин.).

В реален анализ: сравнявай стойности при еднакви условия и посочвай източник за всяко важно твърдение.

## 3. ИЗБЕРИ ПОЗИЦИЯ

**Позиция:** как клиентът възприема предложението спрямо другите възможности.

**Позициониране:** целенасочената работа за изграждане на това възприятие чрез предложението, цената, обслужването и комуникацията.

### Желаната позиция провери:

- Важна ли е за клиента?
- Отличава ли предложението?
- Можеш ли да я осигуриш?

## КОНКУРЕНТЕН НАТИСК

**Петте сили на Портър:**

- Клиенти
- Съществуващи конкуренти
- Заместващи решения
- Нови участници
- Доставчици

Къде натискът е най-силен за **този бизнес**? Обоснови с данни и преценка.

## ЗАПОМНИ

- Използвай един и същ приоритетен сегмент във всички сравнения.
- Разликата сама по себе си не е предимство.
- Желаната позиция не е доказано възприятие.

## ПРОВЕРИ

- ☐ Имам ли 2–3 конкретни алтернативи?
- ☐ Критериите важни ли са за клиента?
- ☐ Стойностите и изводите подкрепени ли са с данни?

## ЧЕСТИ ГРЕШКИ

- ✕ Сравнявам само по цена.
- ✕ Поставям точки без данни или скала.
- ✕ Твърдя „най-добър“ без основание.