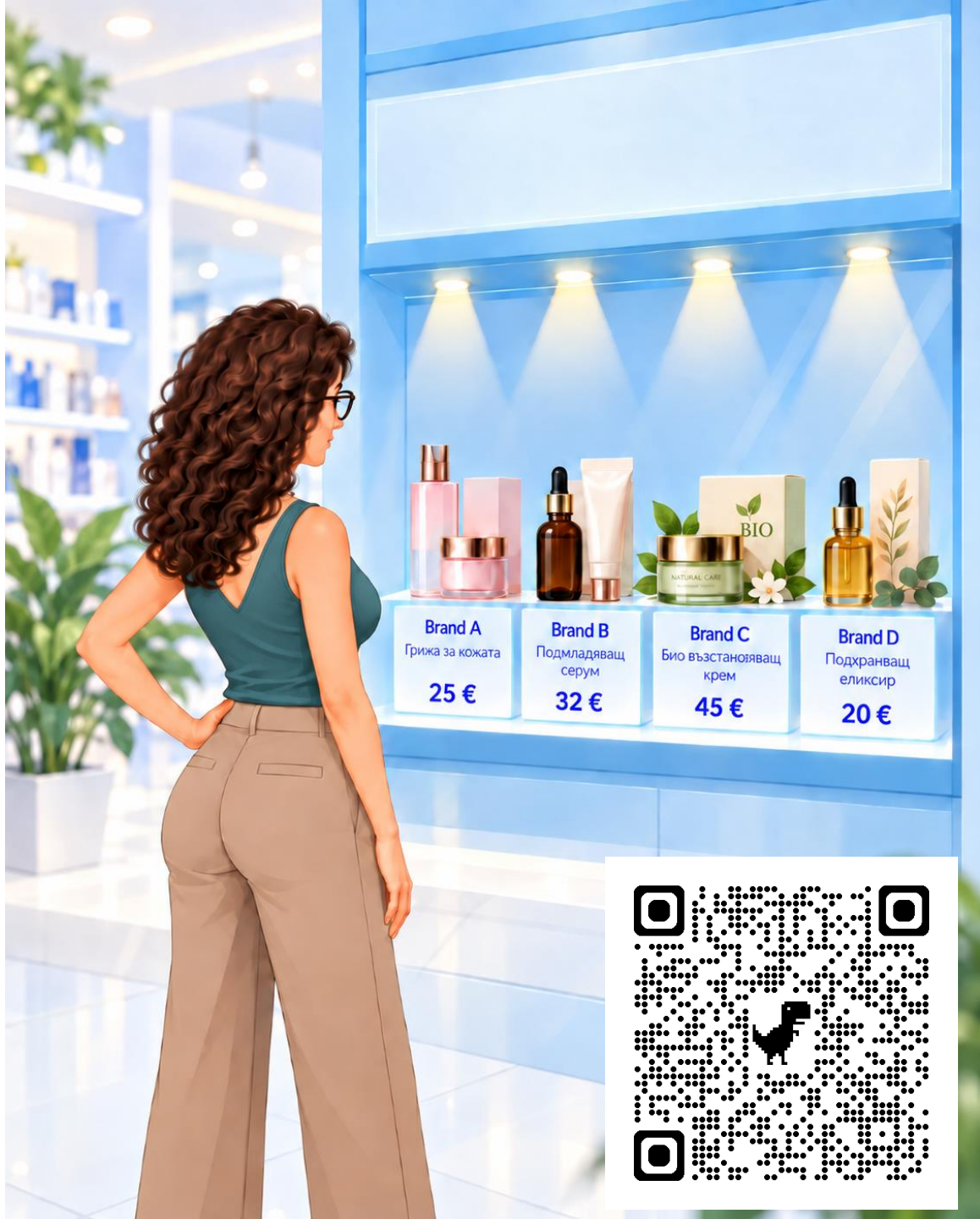
Тема 3 – част 2

КОНКУРЕНЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРАНЕ

С кого се конкурирам и къде е моето място?



Тема 3 – част 2

Кой е твоят конкурент?

Един проблем → много решения. Но кои от тях реално се конкурират с твоето?



ПРЯК КОНКУРЕНТ

сходно решение

Пример: друга доставка на здравословни обяди



НЕПРЯК КОНКУРЕНТ

различно решение за същата потребност

Пример: ресторант / стол



АЛТЕРНАТИВА

друг начин клиентът да реши проблема

Пример: нося си храна от вкъщи

Назови конкретно

Избери 2–3 най-релевантни

Тема 3 – част 2

По какво клиентът сравнява решенията?

Клиентът избира решението, което според него създава най-голяма стойност.

Цена
Колко струва?

Време / скорост
Колко бързо получавам резултата?

Качество / надеждност
Мога ли да разчитам на решението?

Удобство
Колко лесно е за мен?

Персонализация
Колко добре отговаря на моята конкретна нужда?

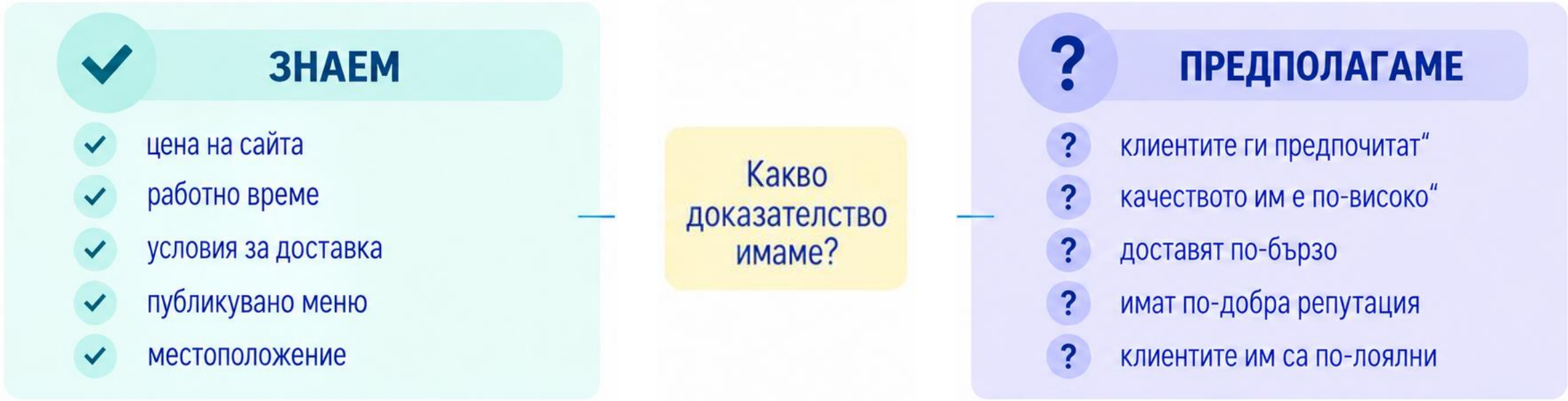
Емоция / доверие
Как се чувствам и доколко вярвам на избора си?

Сравняваме решенията по критериите, които са важни за конкретния клиент.

Тема 3 – част 2

Какво знаем за конкурентите?

Факт ли е — или наше предположение?



За всяко важно твърдение за конкурента търсим доказателство.

Тема 3 – част 2

Бизнес моделът на конкурента



Можем да анализираме бизнес модела на конкурент, но част от него ще бъде основана на предположения.

Тема 3 – част 2

Как се учим от конкурентите?

Не копираме механично. Разбираме работещата логика и проверяваме ефекта.

1

НАМЕРИ КАКВО РАБОТИ

Коя практика наблюдаваме?

2

РАЗБЕРИ ЗАЩО

Защо вероятно помага на клиента?

3

АДАПТИРАЙ

Как ще я приложим в нашия модел?

4

ПОДОБРИ

Как ще създадем допълнителна стойност?

5

ПРОВЕРИ РЕЗУЛТАТА

Как ще измерим ефекта?

УЧЕБЕН ПРИМЕР · ПОВТОРНА ПОРЪЧКА

Конкурентът улеснява повторната поръчка → адаптираме бутона „Поръчай отново“ → следим покупките до 30 дни.

АДАПТИРАМЕ бизнес логика. НЕ КОПИРАМЕ чужда марка, текст или защитен дизайн.

Тема 3 – част 2

Разликите между бизнес моделите и тяхното значение

РАЗЛИКА	ЗНАЧЕНИЕ ЗА КЛИЕНТА	ЗНАЧЕНИЕ ЗА БИЗНЕСА
Какво е различно?	*Какво означава това за клиента?*	*Какво означава това за бизнеса?*

Тема 3 – част 2

Конкурентният натиск идва не само от конкурентите



Тема 3 – част 2

От разлика към конкурентно предимство



Конкурентното предимство е разлика, която клиентът цени и която бизнес моделът може устойчиво да осигурява.

Тема 3 – част 2

Какво е позициониране?

*Как **нашият** клиент възприема **нашето предложение** спрямо алтернативите.*



Илюстративно позициониране за учебна дискусия

Тема 3 – част 2

Различни критерии → различен поглед към позицията









Тема 3 – част 2

Каква позиция искаш да заеме твоето предложение?

Първо формулирай желаната позиция:

Как искаш твоят приоритетен клиент да възприема предложението ти?



Важна ли е за клиента?



Отличава ли предложението ти?



Можеш ли да изпълниш обещаното?



Избор на позиция

Избери позиция, която има значение за твоя клиент, отличава предложението ти и можеш устойчиво да осигуриш.

Упражнение: Къде стоя спрямо конкурентите?

Постави две точки: твоето предложение и един конкурент.

