



## POSICIONAMIENTO

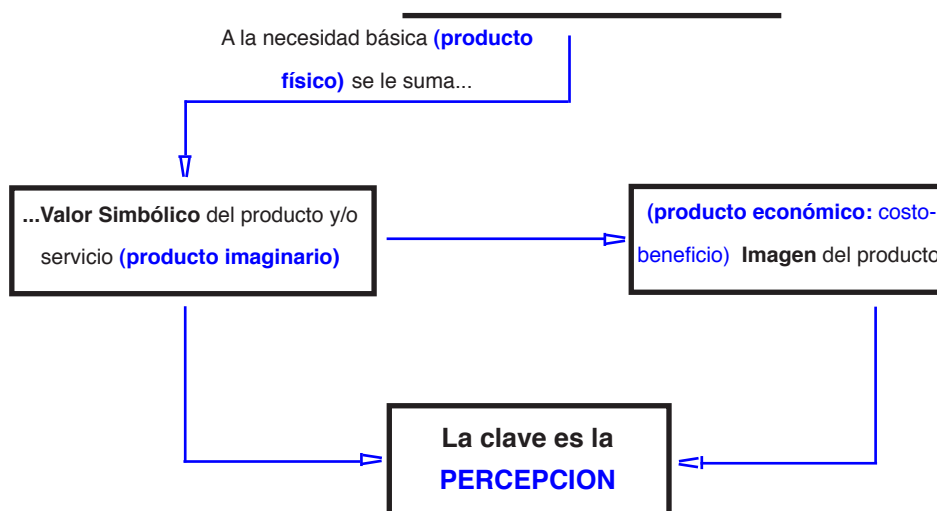
El proceso mediante el cual se define la personalidad de un producto o servicio en relación a la competencia se denomina **posicionamiento**.

El posicionamiento de un producto requiere un análisis profundo del consumidor y de la competencia, identificando en primer lugar que beneficios o atribuciones prefieren los consumidores al elegir entre los productos competidores de una categoría de producto específico.

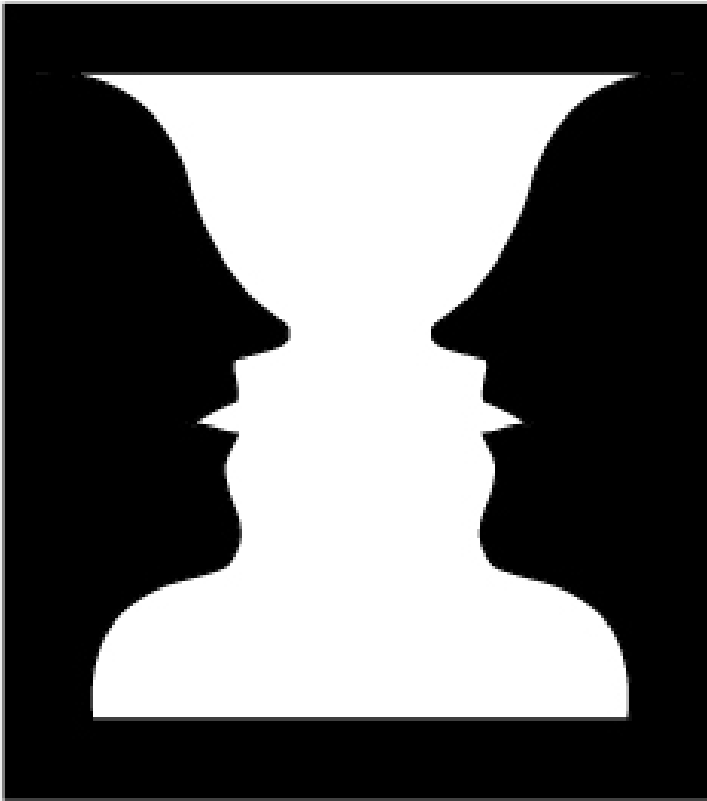
El posicionamiento de un producto refleja habitualmente no solo las características particulares del producto, sino también la imagen creada con la estrategia de comunicación de la empresa y las decisiones de precio.

## ¿COMO SE REALIZA EL POSICIONAMIENTO?

Para posicionar un producto o empresa no nos debemos referir al producto, sino a **cómo se ubica éste en la mente de las personas**, se apunta a un **POSICIONAMIENTO MENTAL**.



**Cada cliente puede ver una cosa diferente a otra persona de acuerdo a su percepción.**



La percepción puede definir la compra.

Se puede trabajar para influir en la percepción de la gente.

El mejor producto no sirve de nada si no es percibido por su potencial cliente como el mejor para solucionar su problema.

El problema es que la gente dice, piensa y hace cosas diferentes.

**¿Entonces como podremos satisfacer a alguien que piensa una cosa, nos dice otra y luego termina (comprando o no) otra?.**

**La mejor forma de entrar en la mente es hacerlo primero.**

Son los típicos casos de Mc Donald's - Coca Cola - Levis - Apple - Etc

**CONCLUSION:** Domina siempre el de la cima de la montaña. Solo recordamos más claramente el que logró liderar la montaña.

## **¿ENTONCES QUE SE DEBE HACER PARA LIDERAR EN POSICIONAMIENTO?**

Debemos buscar el espacio vacío en la mente de nuestros clientes y ahí, elevar las expectativas, proyectar la ilusión de que el producto creará milagros (pero luego deberemos cumplirlos).

Si el producto es nuevo, es mejor decirle al cliente lo que no contiene, para que lo pueda asimilar rápidamente con las cosas que ya sabe. Se hace más fácil explicar un concepto a partir de las relaciones ya existentes en la mente.

- El primer auto, fue promocionado como carruaje sin caballos.
- La rueda radial, como neumático sin cámara.

**La estrategia elegida, por lo general se constituyen en el slogan empresarial**

## **¿COMO SE DIAGNOSTICA UN POSICIONAMIENTO EFECTIVO?**

Mantener una posición significa que, el nombre se convierta en sustituto del nombre genérico.

Ej: Gillette, Savora, Paty, Alpargatas, Pelopincho, Ipod, etc.

## POSICIONAMIENTO DEL SEGUNDO

Cuando en un sector algún competidor lanza un nuevo producto (se posiciona primero), el segundo debe empezar a buscar rápidamente un **HUECO**.

El **hueco** es buscar una posición que aún no haya sido tomada por ningún competidor, pero buscarla en la mente del público.

Buscar el **hueco** requiere mucha imaginación y creatividad. Ejemplo: DUPONT, BIC.

**Los huecos más comunes de encontrar son los POSICIONAMIENTOS por:**

**Tamaño** (Gaseosa de 3 litros)

**Precio Alto** (Chivas Regal, Ferrari, Rolex)

**Bajo Precio** (Córdoba, Armonia)

**Precio Medio** (Fiat, Philips)

**Marca** (Parker, Apple, Raid, Gillette)

**Sexo** (OB)

**Momento del Día** (En síntesis, Actimel)

**Edad** (Billiken, Aspirinetas, Cocineritas) **Niños**

(Rolling Stone) **Adolescentes y Jóvenes**

(FM Tango City) **Adultos Mayores**

**Oposición / En Contra**

FM Tango - FM Rock'n Pop

**Por Innovación y Liderazgo**

**Apple:** Sistema operativo con interface gráfica icónica.

Diseño de los productos (forma, color, funcionalidad)

**Kodak:** Kioscos de Revelados

*Una vez encontrado el posicionamiento al que se quiere llegar y después de haber hecho todos los preparativos para implementarlo, debemos comunicarle al mercado, en el modo preciso, lo que se llama la **PROMESA/BENEFICIO BÁSICO** del producto y/o servicio, que deberá también, ser acompañada por la causa que la materializará o **EVIDENCIA DE APOYO***

Lava más blanco



(promesa)

porque tiene lanolina



(razón por la que se cumplirá)