

Positionering

Zorgen dat een bedrijf goed functioneert is een ding, de diensten en producten effectief op de markt zetten vergt een andere expertise. Een juiste positionering verschaft in ieder geval een betere concurrentiepositie of, nog beter, een concurrentieloze positie. De unique selling points moeten hiervoor gedefinieerd en vervolgens gecommuniceerd worden. Klant- en marktgericht denken, creativiteit in het ontwikkelen van marketingideeën en een eenduidige en consistente uitstraling naar buiten zijn hierbij succesfactoren. Daarnaast is het van belang dat de medewerkers in de organisatie actie betrokken worden en weten wat van hen wordt verwacht. Positionering en marketing is immers geen incidentele “boost” van activiteiten, maar structureel ingebed in de organisatie en daarmee basis voor structureel succes.

Onze werkwijze

Positionering vereist een divers aantal disciplines en kwaliteiten. Samen met de produktverantwoordelijken zal via klant- en marktonderzoek onderzocht moeten worden wat produktpreferenties en gewaardeerde produktkenmerken zijn. Een analyse van de concurrenten geeft het krachtenveld weer. Vervolgens kan bezien worden waar zich kansen en niches bevinden en tot welke product-markt combinaties dit leidt.

De gekozen positionering zal verder ingevuld moeten worden om een unieke breinpositie te realiseren. Dat geschiedt met diverse marketingactiviteiten. Deze zullen grotendeels moeten aansluiten bij de cultuur van de organisatie. Brainstormbijeenkomsten helpen om de gewenste invulling te geven. Dat is niet alleen een kwestie van uitvoeren, maar ook zorgen dat binnen de organisatie medewerkers weten wat de positionering inhoudt en wat dat voor hun werk betekent. Positionering en marketing is geen kwestie van modellen en blue prints, maar van een duidelijke coproductie. Fazili Consulting biedt u hierbij een effectieve sparringpartner.

Kiezen voor kwaliteit

- Inzet van ervaren senior adviseurs die de spelregels op business niveau kennen en beheersen.
- Ervaring met marktonderzoeken en concurrentieanalyses.
- Ervaring met organisatie-interne sterkte-zwakte analyses.
- Ervaring met ontwikkelen businessplannen en marketingplannen.
- Aansluiting tussen externe positionering en doorvoeren interne organisatie- en cultuurwijzigingen.

Uw resultaten

- Duidelijke positie in de markt.
- Versterking concurrentiepositie
- Verhoogde zichtbaarheid in de markt.
- Marketingactiviteiten gericht op effect en resultaat.
- Versterking klant- en marktgerichte houding van medewerkers.