

MICHAELMARKETINGWORLD

**COME
RAPPRESENTARE IL
POSIZIONAMENTO
DI UN'AZIENDA**

GUIDA BREVE

MICHAEL MERCURIO

www.michaelmarketingworld.com

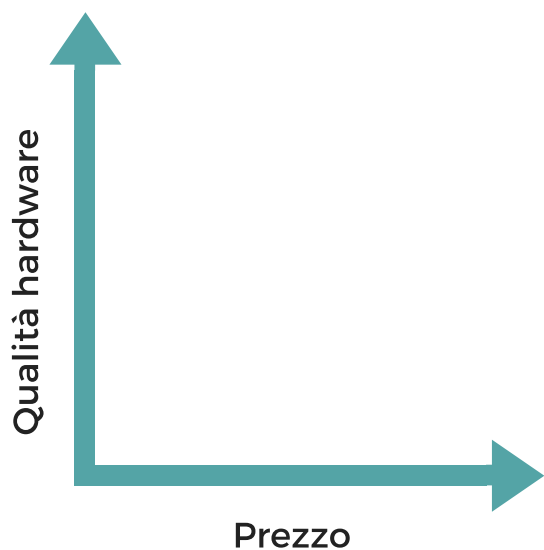


CHE COS'È IL POSIZIONAMENTO?

È la posizione che il marchio occupa nella mente dei consumatori. Questa posizione è chiara, distintiva e desiderabile rispetto alla concorrenza.

COME RAPPRESENTARLO?

1. SCEGLIERE L'AZIENDA E/O IL SETTORE
2. DECIDERE LE VARIABILI DELLA MAPPA
3. POSIZIONARE L'AZIENDA NELLA MAPPA
4. INSERIRE I CONCORRENTI NELLA MAPPA



1. SCEGLIERE L'AZIENDA

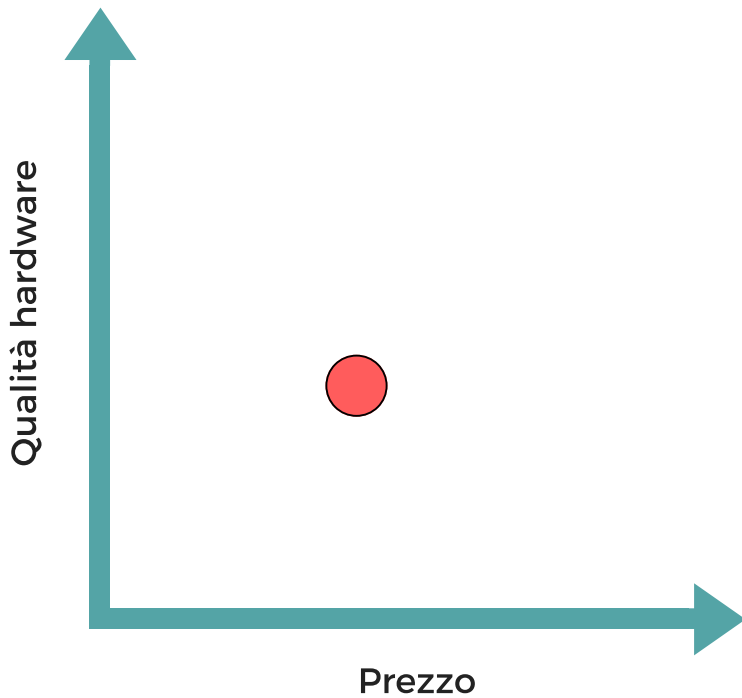
L'azienda da posizionare è semplicemente quella che si vuole analizzare, la protagonista del nostro lavoro. L'altra opzione è quella di scegliere un intero mercato da analizzare.

In questo esempio è stata scelta Nintendo.

2. LE VARIABILI

Proprio come nei grafici, le mappe percettive di posizionamento hanno due variabili che dobbiamo scegliere. Queste variabili possono essere dei valori o dei fattori, che riteniamo importanti per identificare l'azienda/e del settore in cui opera.

Nell'esempio qui a fianco vengono scelte le variabili per eccellenza: prezzo e qualità.

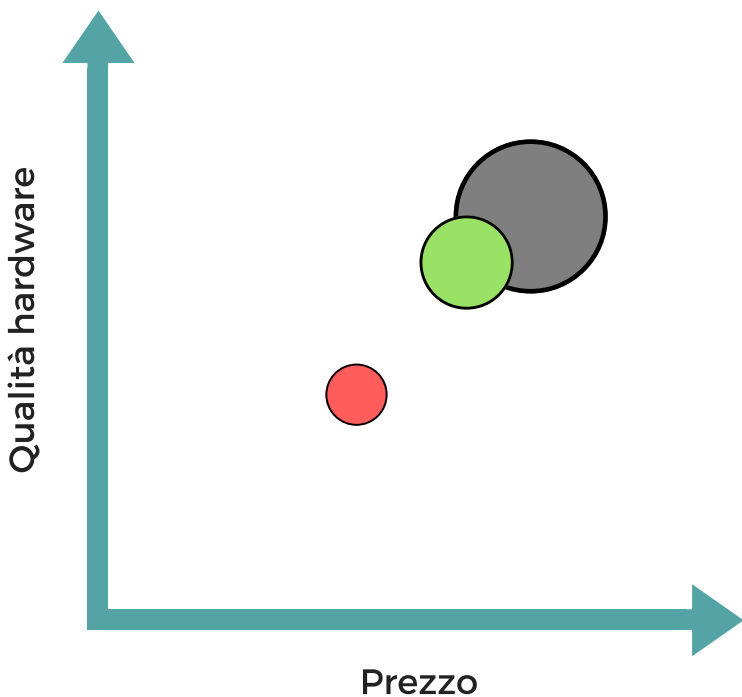


3. POSIZIONARE L'AZIENDA

Per rappresentare l'azienda nella mappa si usa un cerchio. In base alle variabili scelte, dobbiamo collocare l'azienda nella mappa.

Ad esempio Nintendo (rosso) si posiziona come azienda che offre prodotti a prezzi non elevati, così come anche la qualità dell'hardware non è enorme.

Proprio come in un grafico più ci spostiamo verso le parte destra/alta dell'asse della variabili, più significa che quella variabile è forte nell'azienda.



4. I CONCORRENTI

Il posizionamento della singola azienda nella mappa ha già un senso in sé, ma per un benchmarking (confronto) più completo, si devono inserire i concorrenti. Si può decidere se inserire solo alcuni concorrenti o tutti, a dipendenza della grandezza del mercato e delle necessità.

Le dimensioni di ogni cerchio, quindi di ogni azienda, indicano la quota di mercato relativa della marca in quel mercato!

Nell'esempio, Sony (grigio) e Microsoft (verde), offrono una qualità maggiore, ma ad un prezzo più alto. Il leader di mercato è Sony.



- La rappresentazione del posizionamento è un'analisi soggettiva
- Si possono fare più mappe per azienda/mercato cambiando le variabili