

项目管理知识：产品定位研究模型 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/204/2021_2022__E9_A1_B9_E7_9B_AE_E7_AE_A1_E7_c41_204387.htm 一、产品定位的概念 在当前市场中，有很多的人对产品定位与市场定位不加区别，认为两者是同一个概念，其实两者还是有一定区别的，具体说来，目标市场定位（简称市场定位），是指企业对目标消费者或目标消费者市场的选择；而产品定位，是指企业对用什么样的产品来满足目标消费者或目标消费市场的需求。从理论上讲，应该先进行市场定位，然后才进行产品定位。产品定位是对目标市场的选择与企业产品结合的过程，也即是市场定位企业化、产品化的工作。 二、产品定位的内容 在产品定位中，一般说来应该定位以下内容： 1、产品的功能属性定位。解决产品主要是满足消费者什么样的需求？对消费者来说其主要的产品属性是什么？ 2、产品的产品线定位：解决产品在整个企业产品线中的地位，本类产品需要什么样的产品线，即解决产品线的宽度与深度的问题。 3、产品的外观及包装定位：产品的外观与包装的设计风格、规格等。 4、产品卖点定位：即提炼出产品USP（独特销售主张）。 5、产品的基本营销策略定位：确定产品的基本策略做市场领导者、挑战者、跟随者还是补缺者？以及确定相应的产品价格策略、沟通策略与渠道策略。 6、产品的品牌属性定位：主要审视产品的上述策略的实施决定的品牌属性是否与企业的母品牌属性存在冲突，如果冲突，如何解决或调整？ 三、产品定位研究模型 要准确进行产品定位研究需要按下图所示进行展开（参见下图）：（一）目标市场定位 由于产

品定位研究是在市场定位研究之后进行的，因此，在这里的目标市场定位是指市场定位研究的结论，即对目标市场的精确描述，应包括以下内容（目标市场的选择市场定位请参见本人拙作《目标市场定位研究模型》一文）：1、目标消费群体属性 指对目标消费群进行界定的标准，以及典型的目标消费群体特征的描述。即明确目标群体是谁。2、消费者行为特征 主要包括：（1）消费者的购买行为特征。指消费者一般在何时、何地、因为什么原因（购买目的）、和谁一起购买多少数量的产品。（2）影响消费者的购买行为的主要影响因素。指影响消费者做出购买决策的主要因素有哪些以及消费者在购买时主要关注的因素是什么？尤其注意目标消费者对产品类别的核心价值关注点。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com