

## (差异化定位 (2 天

：课程背景

——价格战 OR 差异化？

价格战很难受，出路在哪？差异化！

实际上，许多企业并不是完全没有差异化，而是没有把差异化发挥到极致。

这些企业，一方面在被动的打价格战，另一方面，手里有许多差异化的牌，白白的放在那里，不知道怎么打。

如果能将企业积累的要素重构，对客户建立一个差异化的认知，就能够形成一种独特的竞争优势。如此一来，不仅是生存，发展和增长的问题，都有了希望。

：参加对象

企业决策者、营销决策者、主要高管。

：研讨后学员收益

- 参加人员能够了解新时期商业竞争的特点，知道把握客户认知的重要性，培养参加人员的战略思维，将自身视角转移到竞争视角看发展；
- 对市场、对竞争对手、对自身建立清晰的认识，开始意识到战略优势所在，初步形成自己的战略定位方向；
- 结合定位，清楚各产品线，针对各竞争对手的战争打法，在战斗中，明确自身的角色和职责。

研讨大纲

目的	方法	内容	时间
使参加者意识到商业竞争的焦点已经转移到客户的认知，进一步明确抓住客户认知的重要性，以及取得客户认知后所具有的优势。	讲解、案例分析、小组讨论	商业竞争的演进 .1 ● 竞争关键的三次转移 1) 产品时代的市场特点 2) 市场时代的市场特点 3) 高度竞争时代的市场特点 ● 认知的规律 ● 客户的选择决定企业存亡 ● 认知的重要性 ● 企业成功的关键 ● 占据认知后的优势 ● 小组讨论：扫描行业竞争	-9:00 12:00
使学员意识到在客户认知当中建立差异化概念是战略的核心，并通过案例探讨寻找	讲解、讨论、案例分析、小组讨论	差异化战略 ● 差异化是生存和发展的关键 ● 差异化的误区 1) 质量误区	.2 13:30 17:00

。差异化的方法		2) 低价误区 3) 性价比误区 ●差异化的几种方法 1) 抢先 2) 产品特性 3) 品牌表现 ●小组讨论：差异化探索 ●观察我们的竞争对手 ●小组讨论：我们的差异化	
第二天			
从战争中得到启发，在清楚两大原则的基础上，引申出四种商战打法。并进一步明确对竞争对手的战略。打法	讲解、案例分析、小组讨论	聚焦和营销战 ●兵力法则 ●兵力法则启示 ●防御优势法则 ●防御优势法则启示 ●四种商战模式（防御战、进攻战、侧翼战、游击战） ●各种类型的战争打法（案例） ●战争类型由形式决定 ●分析主要竞争品牌的优势和劣势 ●分组讨论：战争打法	9:00 12:00
结合其他企业的案例和教训，为自身的战略营销实施，给予启示。	讲解、案例分析	执行差异化战略应避免的错误 .4 ●区分战略、运营和技巧 ●清楚的界定对手 ●发现机会和占据认知 ●防止配称混乱 ●借用公关力量 ●管理层要深入一线 ●对现状的把握 ●需要面对的几个问题	13:30 17:00