

小型企业
营销指南：

独创一格



BUSINESSLINK

差异化价值

许多企业负责人都会留意他们的竞争对手，并试图模仿他们。要真正了解竞争对手，必须先理解他们的战略选择 (即客户价值设计)、他们如何组织业务来创造客户价值 (即业务流程)、及选择他们的客户类型 (即目标客户)。

差异化是企业使用有意义的策略，向所选定的目标客户提供与竞争对手有明显区别的服务及产品。

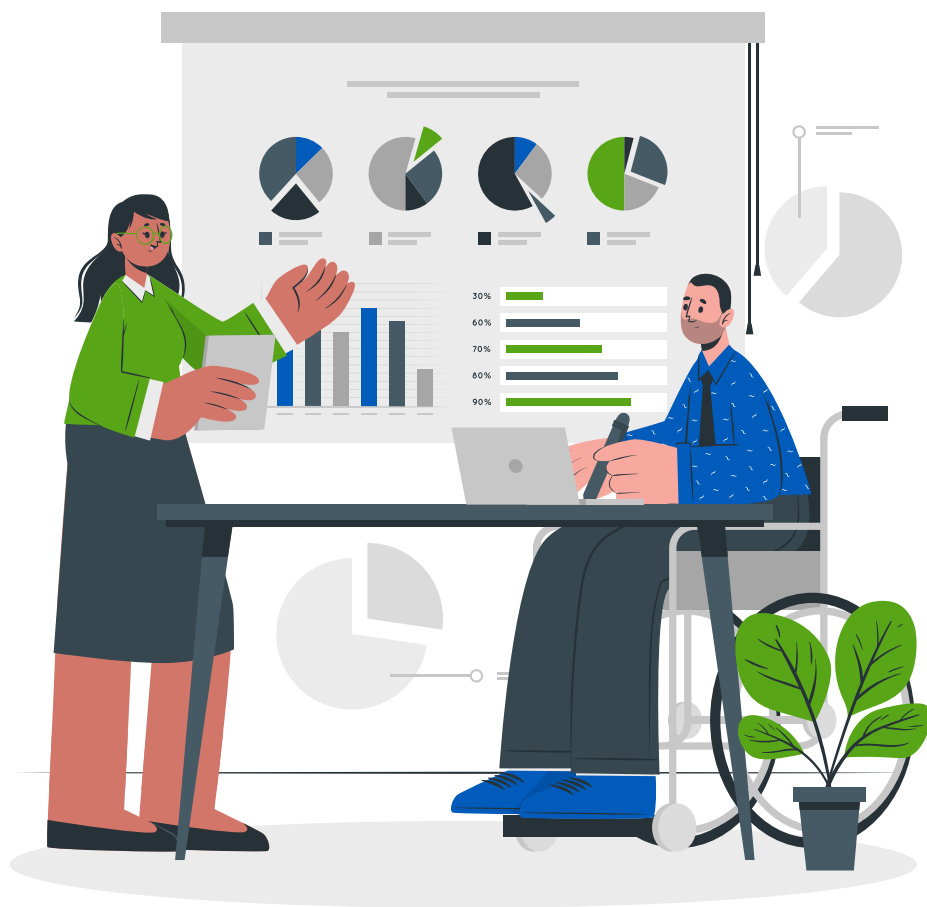
定义差异，造就更佳市场定位

如果企业已经正在营运，你可查看一下现在的客户名单。你的最好客户有哪些共同的元素？你可以询问他们的意见，让他们说说选择你的原因、为什么继续使用你的产品或服务的原因、为什么把你的产品或服务介绍给朋友。

企业的定位必须别具一格。只提供优质服务并不能满足客户。优质服务是客户的期望；不管孰真孰假，每个企业都声称能提供一流服务。你的企业怎样能与众不同？你是否能给成熟的产品或服务带来鲜明的品牌个性？

你的客户决定什么服务或产品有价值，而你的意见并不重要。你的市场必须重视你的服务或产品定位。如果你的定位解决了行业常见的难题，那么你的市场中就会有相当一部分人确实重视你的定位。你的独特价值主张 (UVP) 是什么呢？

你的定位必须容易传达。你可以提供技术复杂的服务，但客户必须熟悉和了解该服务对他们的好处。



差异化战略的类型

产品

你能否独家提供一种独特时尚的产品？或者，你能否提供一种产品，并提供有价值的延伸服务，使该产品对客户更有用？像许多竞争对手一样，Peloton 也提供健身自行车。然而，他们进一步提供了附加服务，客户可以连月参加（按需远程健身课程，由世界级教练教授，让你保持骑车前行的动力！）。

服务

同样的战略也可以应用到服务方面。通常，企业可以将服务包装为产品。咨询服务大多按每小时提供。根据成果，对咨询服务进行包装，加上确定的可交付成果和固定的套餐价格，就是区分服务的一种非常有效的方式。建议为服务取一个很棒的名称！

市场利基

开拓出一两个行业，占据该行业的最具主导地位。这种方法的好处是，当你提供该方面的专门产品或服务时，你通常可以大幅提高价格。特斯拉开辟了一个制造电动汽车的利基市场，彻底改变了汽车行业。

解决问题

在你的市场中，潜在客户是否认为你的行业普遍存在问题或困难？那么，你要着重于告诉客户解决问题的方法。例如，赖恩·斯库达莫尔 (Brian Scudamore) 是“1-800-got-junk”的始创人受到油漆工的高效服务所启发，他们只用了一天就完成了他家的油漆粉刷工程，给赖恩留下了深刻的印象。因此，赖恩创立了 WOW 1 Day Painters，提供一天以内就完成的油漆服务。

破坏

很多时候，你可以将崭新的解决方案应用于成熟的行业，从而创建你的品类利基。例如，优步 (Uber) 和 Skip the Dishes 等为省时方便而设计的送餐应用程序已经扰乱了出租车和餐厅业务。