

Työpohja 4: Miten?

Kilpailukeinojen painoarvo: Kaikki neljä kilpailukeinoa (markkinointi/viestintä, tuote, hinta ja saatavuus) ovat tärkeitä ja huomiota täytyy kiinnittää niiden tasapainoon. Yrittäjä itse määrittää painoarvon kullekin kilpailukeinolle. On muistettava, että jos yritys keskittää liikaa resursseja esimerkiksi tuotteeseen ja sen laatuun, voi päästä unohtumaan saatavuus. Työpohjassa 3 (Mitä?) olet kuvannut tapasi käyttää viestintää kilpailukeinona, alla kuvaat miten tuote, hinta ja saatavuus toimivat kilpailukeinoina.

Esimerkkinä palautusjuoma

Miten? Miten rakennan muut peruskilpailukeinoni viestinnän lisäksi

TUOTE

Tuotteen mielikuva muodostuu kotimaisuudesta, luonnosta ja perinteestä. Lisäetuina tarjotaan muita tuoteperheen tuotteita, tietoa palautusjuoman käytöstä ja vaikutuksesta sekä sopivuudesta eri käyttötarpeisiin.

Kilpailukeinon painoarvo 35

HINTA

Tuote hinnoitellaan keskihintaiseksi. Verkkokaupassa kanta-asiakastarjouksena neljä tuotetta kolmen hinnalla. Sesonkien (tammikuu ja syyskuu) viestinnässä hinta nostetaan voimakkaammin esiin ja tarjotaan tutustumishintaa.

Kilpailukeinon painoarvo 15

SAATAVUUS

Verkkokaupassa luvataan 3–5 päivän toimitusaika. Kivijalkakaupan myyntiverkostoon tavoitellaan 25 myymälän lisäystä. Kaupan palkkiotaso pidetään houkuttelevana ostomäärän kautta. Tapahtumia, joissa myydään tuotetta, lisätään 12 kappaletta suunnittelujaksolla.

Kilpailukeinon painoarvo 15

Tehtävä: Kerro, miten arvotat muut kilpailukeinosi ja perustele.



Miten?

Miten? Miten rakennan muut peruskilpailukeinoni viestinnän lisäksi

TUOTE

HINTA

SAATAVUUS

Kilpailukeinon painoarvo

Kilpailukeinon painoarvo

Kilpailukeinon painoarvo