

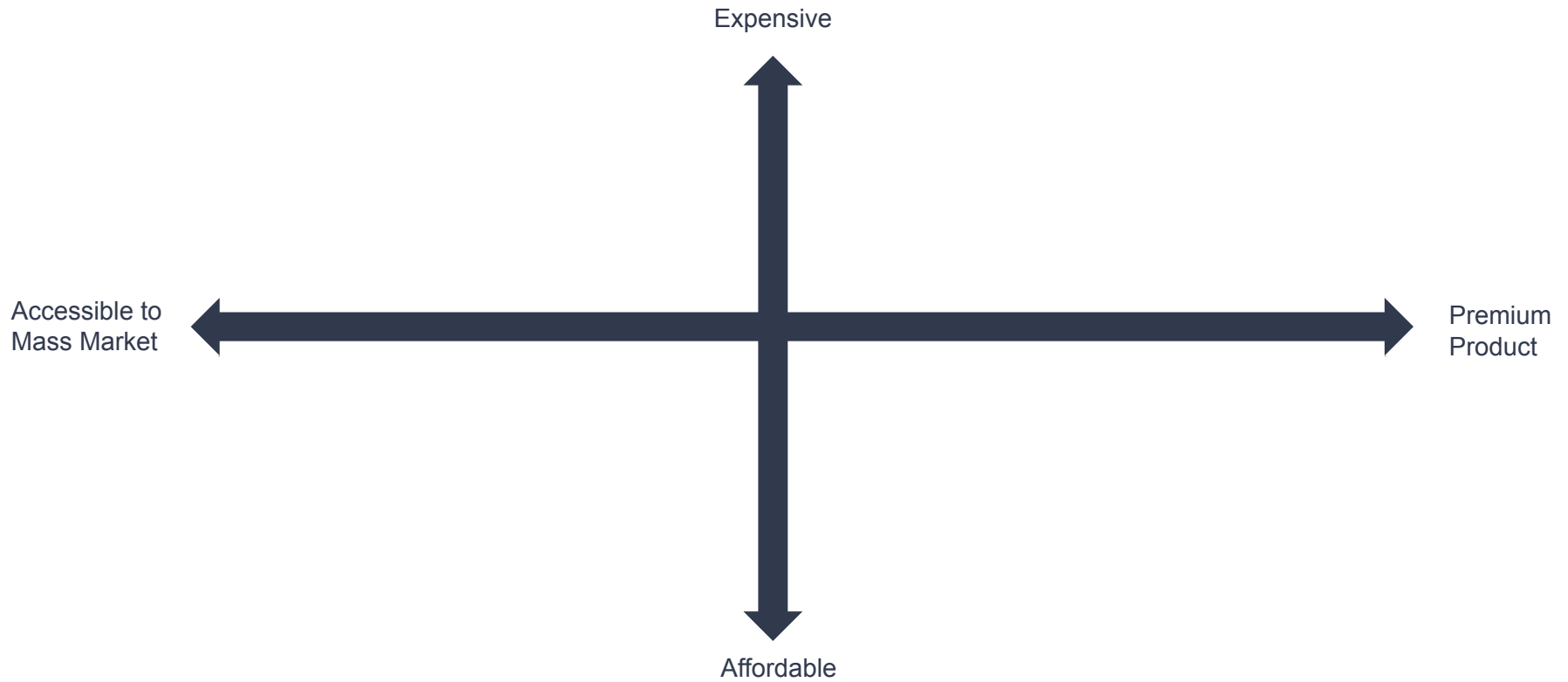
Brand Positioning Chart



VISMAYA

Apa itu Brand Positioning?

Brand Positioning memiliki konsep yang serupa dengan *perceptual mapping* atau *positioning mapping*, brand positioning merupakan sebuah cara atau strategi yang digunakan peneliti pasar untuk mengetahui *actual position* dan *positioning goals* dari suatu produk, atribut, atau merek.



Brand Positioning Chart dan

Product Positioning Map

Brand Positioning Chart dan Product Positioning Map adalah salah satu cara pemasaran yang efektif yang membantu mengembangkan strategi pemosisian merek, produk, atau layanan bisnis di pasar.

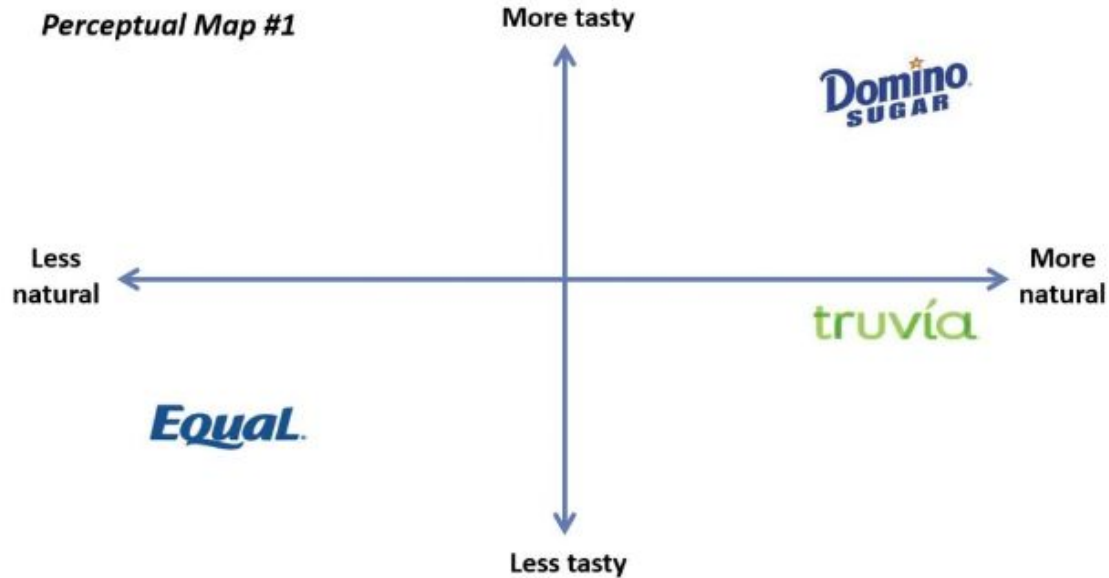
Kedua teknik pemetaan ini diukur dan ditampilkan dalam representasi grafis pada sumbu X dan Y. Setiap sumbu mewakili dua variabel yang berbeda. Garis mereka menunjukkan ekstrim dalam hal kuantitas dan kualitas. Saat Anda akhirnya membuat garis-garis ini dan memberi label dengan kriteria masing-masing, Anda sebaiknya memetakan merek yang ada atau produknya.

Kemudian, jika Anda tahu di mana pesaing Anda ada di peta, Anda juga dapat menentukan posisi merek atau produk Anda. Harap buat beberapa peta seperti itu dengan variabel yang berbeda.

Membantu Membuka Wawasan Tentang Pesaing Dan Industri

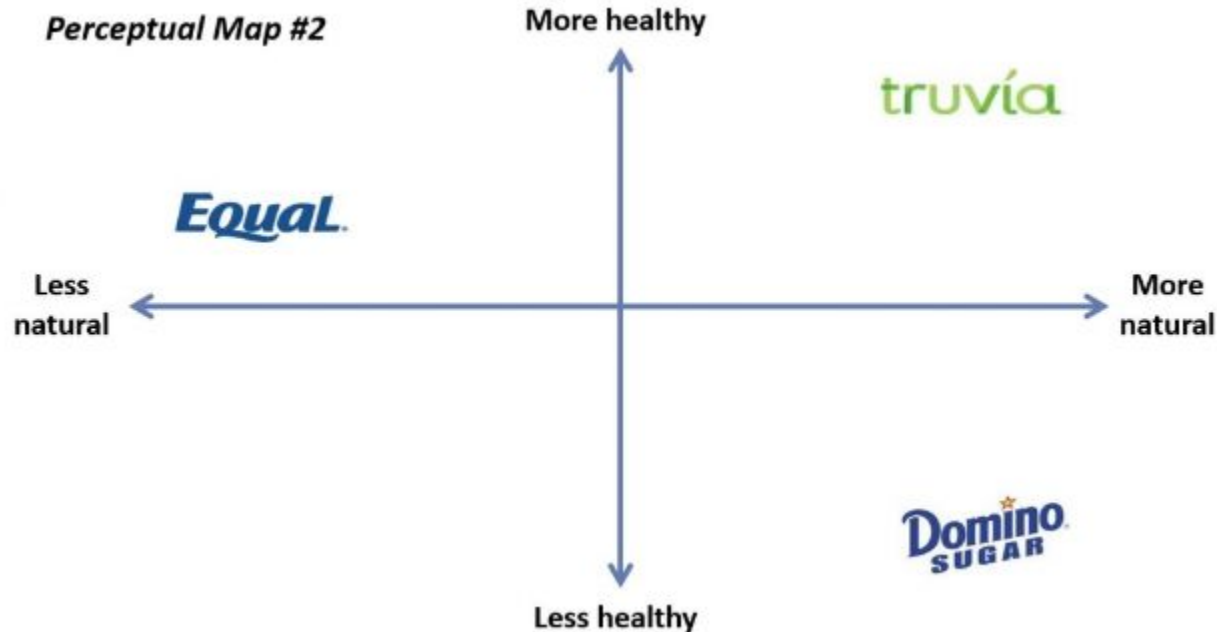
Brand Positioning Chart membantu mewakili semua produk di pasar melalui pemosisian relatifnya. Ini didasarkan pada perspektif konsumen terhadap merek-merek tersebut. **Garis sumbu membantu dalam menandakan atribut produk.**

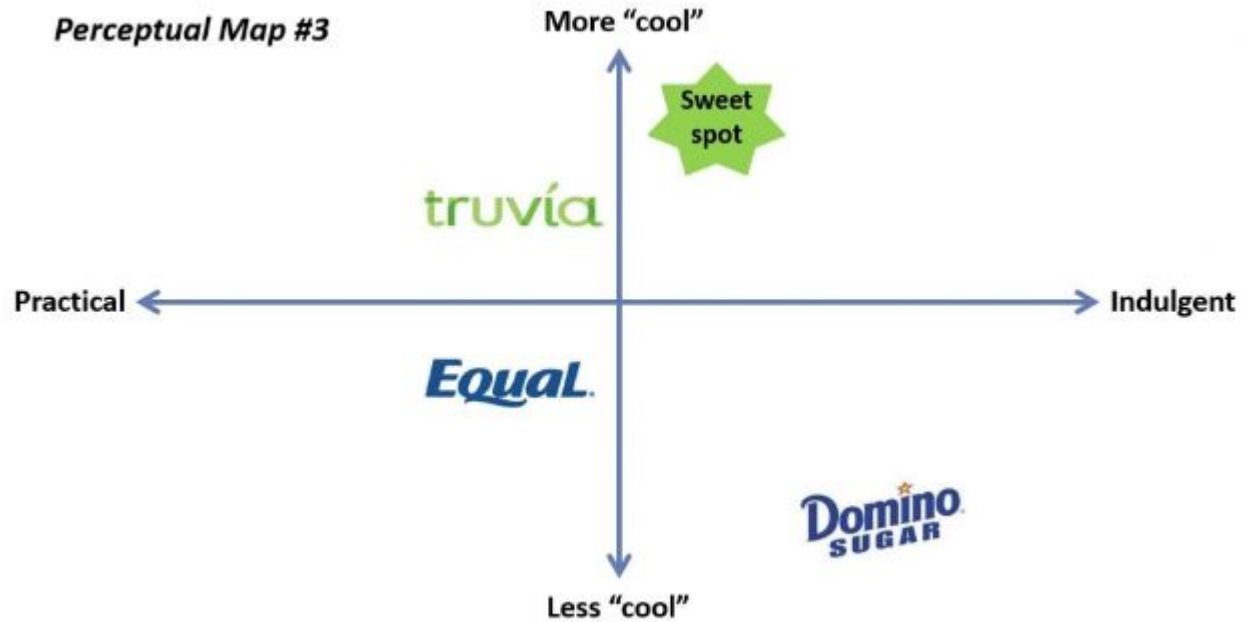
Representasi grafik visual ini jauh lebih baik daripada representasi tabular, karena akan mengarahkan Anda untuk memahami dan mengadaptasi hasil lebih cepat.



Dalam contoh di atas, Anda dapat dengan mudah melihat bahwa pengganti gula alami memiliki keunggulan kedekatan dibandingkan gula buatan. Dan “Truvia” menggunakan gula mentah, sedangkan “Equal” menggunakan gula palsu. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen lebih cenderung memilih pengganti gula alami daripada pengganti gula buatan.

Untuk mengetahui bagan pemosisian produk yang sebenarnya, Anda harus membuat berbagai peta persepsi, karena ini memungkinkan Anda menilai produk, pesaing, dan pasar melalui berbagai elemen atau variabel. Kami telah menyebutkan beberapa peta perseptual di bawah ini untuk memberikan kejelasan pemetaan pemosisian produk Anda.





Seperti yang Anda lihat di peta-peta ini, selera dan preferensi konsumen gula memiliki cakupan yang luas. Ini akan membantu Anda menciptakan pemosisian produk strategis yang lebih baik.