



Szakértő:

Wolf Gábor,
KKV marketing szakértő

Pozicionálás csekklista

Hogyan pozicionálj? Válassz egyet vagy kombinálj kettőt!

- A. A célpiac egy szegmensére specializálódasz (pl csak 40 feletti nők)
- B. A szakmádnak csak egy részére specializálódasz (pl befektetési célú ingatlanok specialistája)
- C. Valamiben Te vagy a LEG-, ELSŐ, vagy EGYETLEN!

Működik a pozicionálásod?

1. Bőven elegendő nagyságú a célpiacod, hogy megélj belőlük?
2. Viszonylag nehezen / sokára másolható csak le a pozicionálásod?
3. A célpiac számára releváns, fontos a pozicionálásod?
4. Más országokban van már ilyen pozicionálású cég ÉS jól megy nekik?
5. Amikor a pozicionálásodat elmondod a célpiacnak, felcsillan a szemük?

Ha mindre igen a válaszod, akkor jó eséllyel vár rád a **kék óceán!**

Most már nincs más dolgod, mint „**lefordítani**” a fentieket a weboldaladra, illetve a social aktivitásaidra.

1. Érdemes átnézned a weboldalad képanyagát és esetleg az új terület szimbolikáját használva új fotókat készítened.
2. Nézd át a szövegeidet – frissítsd az új üzenetek alapján.
3. Természetesen készíts tartalmi kalendárt a közösségi kommunikációdra is. Hogyan tudod a legtöbb oldalról bemutatni azt amiben Te vagy a LEG-, ELSŐ, vagy EGYETLEN? Légy kreatív!