STRATEGISK MARKETING · SEGMENTERING OG POSITIONERING

Fra alle til de rigtige.

MEDIEGURU

Del markedet op, vælg hvem du vil gå efter, og beslut hvorfor de skal vælge dig.

STP: TRE TRIN

S **Segmentering**
Del markedet op

→

T **Targeting**
Vælg hvem

→

P **Positionering**
Beslut hvorfor dig

EKSEMPEL: KØRESKOLEN · TRE SEGMENTER, ÉT VALG

SEGMENT

17-årige

Kortet hurtigt, inden studenterhuen.

Stort nok	●●●●●
Nemt at nå	●●●●○
Jeg løser det bedre	●●○○○
I ALT	**11 / 15**

VALGT

Nervøse voksne

Ro, tålmodighed og eget tempo.

Stort nok	●●●○○
Nemt at nå	●●●●○
Jeg løser det bedre	●●●●●
I ALT	**12 / 15**

SEGMENT

Trailerkort

Kort til trailer og campingvogn.

Stort nok	●●○○○
Nemt at nå	●●●○○
Jeg løser det bedre	●●●○○
I ALT	**8 / 15**

POSITIONEN

For voksne, der er nervøse for at køre, er Køreskolen den køreskole, der giver ro bag rattet, fordi første lektion altid er på en tom parkeringsplads.

HVEM DE ER

Demografi
Alder, køn, indkomst, uddannelse og livsfase.

Geografi
Land, by, landsdel eller afstand til dig.

Firmografi
Til B2B: branche, størrelse og rolle.

Godt til: at finde og ramme dem med annoncer.

HVORDAN DE TÆNKER

Behov
Hvilket problem prøver de at løse?

Adfærd
Hvordan, hvornår og hvor tit køber de?

Værdier
Hvad er vigtigt for dem, og hvad driver dem?

Godt til: at skrive budskaber, der rammer.

Et godt segment er stort nok, nemt at nå og har et behov, du kan løse bedre end andre.

FEM KENDETEGN PÅ EN GOD POSITION

Relevant	Anderledes	Troværdig	Enkel	Fokuseret
For kunden	Fra konkurrenterne	Med bevis	Let at huske	Siger også, hvem du ikke er for

Når du er for alle, føler ingen sig talt til.

SKABELON · SEGMENTERING OG POSITIONERING

MEDIEGURU

Dit segment. Din position.

Du kan sagtens lave en god første version på en eftermiddag.

1 Kig på dine bedste kunder

KUNDE | DET KENDETEGNER DEM

DET HAR DE TIL FÆLLES

2 Lav to til fire segmenter

NAVN | BEHOV

3 Vælg ét at starte med

SEGMENT | STORT NOK | NEMT AT NÅ | LØSER BEDRE | I ALT

GIV POINT FRA 1 TIL 5

MIT VALG

4 Find din forskel

DET VIGTIGSTE FOR DEM

ALTERNATIVERNE

HER ER JEG BEDRE

5 Skriv din position ned

FOR | DER

ER | DEN

DER

FORDI

MIN POSITION ER

- [ ] Relevant for kunden
- [ ] Anderledes end konkurrenterne
- [ ] Troværdig, jeg kan bevise den
- [ ] Enkel, kan siges i én sætning
- [ ] Fokuseret, siger hvem jeg ikke er for