

Poziționare conform metodei 9P

Descriere elementele de bază a strategiei de marketing conform celor 9P (*Povestea afacerii (conceptul), Prodes, Prodes, Preț, Promovare, Plasament, Personal, Phisycal Evidence (Evidenta fizică), Parteneriate*).

Povestea:

Describe povestea afacerii și a conceptului de business.

Parteneriatele:

Identifică principalii parteneri ai afacerii conform structurii de mai jos:

Nume (Denumire)	Domeniu de activitate	Categorie stakeholderi	Valori comune	Domeniu de sprijin/mod de colaborare	Statut partener curent sau potențial
Producători autohtoni de ...		Furnizori			Curent
		Autoritate publică locală/națională	Promovarea și susținerea conceptului...	Informarea publicului despre...	Potențial
		Mass media			
		ONG			
		Parteneri			
		Investitori			

În primul rând partenerii vor fi furnizorii de produse (producătorii autohtoni), trebuie să vă promovați reciproc. Lista partenerilor trebuie permanent dezvoltată.

Prodes:

Vinde nu doar produse/servicii, dar și emoții/plăcerea/comoditatea/confort/securitatea de a cumpăra.

Proces:

Procesul se referă atât la procesul de deservire a clientului (cât de comod, cât de sigur, cât de rapid, cât de plăcut), cât și la procesul de producere a produselor alimentare distribuite (în parteneriat cu furnizorii parteneri).

Preț:

Este important să corelezi politica de preț în conformitate cu procesul de producere și livrare, diferențierea prețului angro/cu amanuntul.

Plasarea produsului:

Cum are loc distribuirea produsului, care sunt canalele de distribuție, cum ai putea diversifica canalele de distribuție (puncte de vânzare, vânzări și rezervări online).

Personalul:

Promovarea persoanelor cheie în acțiune, procesul de producere sau de deservire cu persoanele cheie implicate, evenimente culturale. Nu uita să ceri consimțământul persoanelor când utilizați materialul foto sau video pentru promovare.

Promovare:

Promovarea și vizibilitatea în mediul online și offline, inclusiv prin persoane publice (influenceri, microinfluenceri). Neapărat, cel puțin un canal de promovare trebuie să fie online. Explorează lista partenerilor pentru a eficientiza comunicarea și promovarea.

Orice idee poate contribui la crearea unei propuneri unice de valoare: idee de a vinde un produs, ideea de a promova un produs sau set de produse în cadrul unei campanii de promovare, etc.

Physical Evidence:

Evidența fizică a produselor/serviciilor trebuie să corespundă imagistic prin culoare și stil și mesagistic-emoțional transmis atât pe online cât și offline.