

Marketing - Realisierung

Produktpositionierung als Aufgabe der Produktpolitik

Bei der Positionierung des Leistungsangebotes geht es um die genaue, klare Produktbeschreibung und vor allem um die Abgrenzung gegenüber den Angeboten der anderen Sportvereine und aller sonstigen Wettbewerber. Entscheidend dabei ist, ob und wie der Nachfrager das Leistungsangebot des Vereins wahrnimmt.

Fragen zur Produktpositionierung:

Fragestellungen

Was genau bietet der Verein für welche Zielgruppen an?

Was hat der Sportler davon?

Warum bietet unser Verein dieses Leistungsangebot an?

Was unterscheidet uns von den anderen Anbietern?

Schriftliche Beantwortung durch den Verein

Produkteigenschaften: ...

Zielgruppen: ...

Nutzen für die Zielgruppen:

1.

2.

3. ...

Alleinstellungsmerkmale:

Hinweis: Nehmen Sie sich Zeit für die ausführliche schriftliche Bearbeitung der Fragen und nutzen sie möglicherweise auch mal die Ideen Vereinsexterner.