

如何才算真正实现了品牌定位成功？

产品名称	如何才算真正实现了品牌定位成功？
公司名称	杭州向北设计咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区良渚街道网周路99号1幢21层2111室（注册地址）
联系电话	17357192803

产品详情

当你的区隔概念愿意被别人接受，而且在企业的销售、产品开发、设备工程以及任何大家可以着力的地方都能够得到全面贯彻的时候，那个时候，品牌就已经建立了定位。

关于定位

定位理论创始人杰克·特劳特先生，被誉为"定位理论之父"。

特劳特先生于1969年在美国《工业行销》发布论文《定位：同质化时代的竞争之道》，提出商业中的“定位”观念。

1972年以《定位时代》论文开创了定位理论，并在四十多年的实战中始终致力于定位理论的持续开创与完善。

1981年出版学术专著《定位》。

1996年，推出了定位论刷新之作《新定位》。

2001年，定位理论压倒菲利普科特勒、迈克尔波特，被美国营销学会评为“有史以来对美国营销影响大的观念”。

2009年，他推出了定位论落定之作《重新定位》。

商业中的战略概念开始源自于军事领域，本义是“驱动军队抵达决战地点”。杰克特劳特根据军事中“选择决战地点的概念”提出定位观念，用以界定企业经营所需创造的外部成果，企业内部运营规划相应成为“如何驱动军队抵达”去创建定位。

具体来说，是指企业一定要先在外部市场竞争中界定能被顾客心智所接受的定位，再来引领自己内部的运营，才可以使企业产生的产品和服务被顾客接受从而转化为实实在在的业绩。

随着当今商业竞争越来越激烈，先在外部竞争中确立价值独特的定位，再引入企业内部作为战略核心，形成独具特色的运营活动系统，无疑是企业经营成功的关键。定位选择不只决定企业将会开展何种运营活动、怎样配置各项活动，还决定了各项活动之间怎样紧密关联，形成合适的战略配称。