

Лісова К.М.

*здобувачка вищої освіти за другим (магістерським) рівнем,
Національний авіаційний університет
Науковий керівник: **Князева Т.В.**
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу,
Національний авіаційний університет*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-432-3-25>

РИНКОВЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІТ-КОМПАНІЙ ТА ЇЇ ПРОДУКТІВ

Ринкове позиціонування – це стратегічний процес створення чіткого та сприятливого сприйняття компанії або її продуктів у свідомості цільових споживачів [1]. Чітко визначаючи, чим бренд, продукт чи послуга відрізняються від конкурентів, воно створює унікальну ідентичність, яка знаходить відгук у аудиторії та зумовлює перевагу над конкурентами. Ефективне позиціонування передає унікальну цінність компанії, підвищуючи ймовірність того, що споживачі оберуть її як найкращий варіант на насиченому ринку. У сучасному конкурентному середовищі ринкове позиціонування стало необхідним для компаній, які прагнуть диференціювати себе та налагодити міцні зв'язки зі своїми клієнтами [2]. Воно працює на різних рівнях, кожен з яких сприяє створенню чіткої ідентичності та привабливості бренду на ринку.

Позиціонування бренду формує його загальне сприйняття, відображаючи його основні цінності, ідентичність та індивідуальність. У технологічному секторі прикладом такого підходу є компанія Apple, яка позиціонує себе як преміальний та інноваційний бренд, що робить акцент на високоякісному дизайні та передових технологіях [3]. Такий рівень позиціонування зміцнює послідовний імідж у всіх продуктах і взаємодіях, сприяючи підвищенню довіри та лояльності клієнтів.

Позиціонування продукту, тим часом, зосереджується на окремих продуктах чи послугах, диференціюючи їх на основі

специфічних особливостей, переваг чи варіантів використання. Цей підхід особливо ефективний для брендів, які задовольняють різноманітні потреби споживачів у межах одного портфеля. Наприклад, компанія Samsung орієнтується на різні аудиторії, позиціонуючи певні моделі смартфонів як такі, що орієнтовані на фотозйомку, а інші – як оптимізовані для ігор, таким чином задовольняючи різноманітні вподобання споживачів, залишаючись при цьому в рамках загальної ідентичності бренду [3].

Конкурентне позиціонування додає ще один рівень, безпосередньо порівнюючи бренд або продукт з його конкурентами, часто підкреслюючи унікальні переваги або кращі характеристики [1]. Багато компаній використовують цей підхід, щоб заповнити прогалини на ринку або виявити слабкі місця в продуктах конкурентів, прагнучи переконати клієнтів у тому, що їхня пропозиція є кращим вибором. Ця стратегія поширена в індустрії програмного забезпечення, де бренди часто позиціонують свої рішення як більш зручні, безпечні або економічно ефективні, ніж альтернативи, задовольняючи конкретні потреби клієнтів і вирізняючись на ринку.

Створення ефективної ринкової позиції вимагає глибокого розуміння потреб і вподобань цільового ринку, а також ретельного аналізу стратегій конкурентів. Це одночасно і мистецтво, і наука, що поєднує в собі розуміння потреб клієнтів зі стратегічними повідомленнями, щоб бренд чи продукт резонував і виділявся на тлі інших. Пояснюючи, що являє собою компанія, позиціонування закладає фундамент для стійкого зростання вартості бренду, лояльності клієнтів і частки ринку.

Ринкове позиціонування робить набагато більше, ніж просто виділяє бренд – воно відіграє вирішальну роль у визначенні ідентичності бренду, досягненні диференціації та стимулюванні зростання на конкурентних ринках. Диференціація лежить в основі ринкового позиціонування. У переповнених галузях, особливо у сфері технологій та ІТ, здатність виділитися має першорядне значення [4]. Ефективне позиціонування також формує ідентичність бренду компанії.

Завдяки позиціонуванню компанії мають можливість створити послідовне послання, яке підсилює їхні основні цінності

та індивідуальність. Компанія з чітко визначеною позицією має більше шансів залучити та утримати клієнтів, що призводить до збільшення продажів, частки ринку та прибутковості. Крім того, сильне позиціонування часто дозволяє компаніям встановлювати вищі ціни, оскільки споживачі сприймають більшу цінність їхніх пропозицій [2].

Значною перевагою ефективного ринкового позиціонування є адаптивність. У галузях, що швидко змінюються, таких як ІТ, добре позиціонована компанія може коригувати свої повідомлення або пропозиції у відповідь на ринкові зміни, зберігаючи при цьому основну суть свого бренду. Така адаптивність дозволяє компаніям залишатися актуальними, підтримувати залученість клієнтів і продовжувати знаходити відгук у своєї аудиторії, незважаючи на мінливі тенденції.

У свою чергу, ринкове позиціонування на рівні продукту є важливим теж. Воно підвищує впізнаваність, узгоджує продукт з потребами клієнтів, обґрунтовує ціну і, зрештою, впливає на купівельну поведінку, створюючи продукт, який викликає інтерес і виділяється у свідомості споживачів.

Досягнення ефективного позиціонування на ринку в ІТ-індустрії вимагає продуманого, заснованого на даних підходу, який чітко передає унікальну цінність компанії та викликає інтерес у її цільової аудиторії [5].

Дотримуючись найкращих практик, таких як створення переконливої пропозиції цінності, забезпечення послідовного брендингу, використання інсайтів, заснованих на даних, і здатність до адаптації, ІТ-компанії можуть створити ефективні та стійкі стратегії позиціонування. У галузі, що швидко розвивається, ці зусилля закладають фундамент довгострокового успіху, дозволяючи брендам орієнтуватися в умовах змін, підвищувати рівень залученості клієнтів і, зрештою, лідирувати в технологічному секторі.

Література:

1. Pearce B. What is positioning? Market, product & brand guide. Product Marketing Alliance. URL: <https://www.productmarketingalliance.com/your-guide-to-positioning/> (дата звернення: 25.10.2024).

2. What is market positioning? (Definition and benefits). URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/market-positioning>

3. Market Positioning. Corporate Finance Institute. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/market-positioning/> (дата звернення: 26.10.2024).

4. How to build the right market positioning for your product. Phrase. URL: <https://phrase.com/blog/posts/market-positioning/> (дата звернення: 28.10.2024).

5. The ultimate IT brand positioning guide. Content Marketing Design Agency With Pro Infographic Designers. URL: <https://infobrandz.com/a-guide-to-brand-positioning-in-the-it-industry/> (дата звернення: 24.10.2024).