

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	Schriftliche Beantwortung durch den Verein
Was genau bietet der Verein für welche Zielgruppen an?	Produkteigenschaften: ...
Was hat der Sportler davon?	Zielgruppen: ... Nutzen für die Zielgruppen: 1. 2. 3. ...
Warum bietet unser Verein dieses Leistungsangebot an?	Alleinstellungsmerkmale:
Was unterscheidet uns von den anderen Anbietern?	

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