CL-01 · Bài 3

Ba phần đầu của chiến lược: đích nhắm, bán cho ai, và hơn người khác ở điểm gì

Lớp Chiến lược sản phẩm là gì, khác kế hoạch ở đâu

m.school by MES LAB

Học xong bài này bạn sẽ

- viết được mỗi phần đích nhắm, bán cho ai, hơn người khác ở điểm gì bằng một câu cho một dòng sản phẩm thật.
- Chỉ ra được câu bán cho ai và câu hơn người khác có ăn khớp với nhau không.
- Nêu được một cách cạnh tranh mà công ty chưa đủ sức giữ, kèm lý do.

1 · Đích nhắm của một dòng sản phẩm khác con số doanh số năm của phòng kinh doanh

- Đích nhắm của một dòng sản phẩm là chỗ dòng đó muốn đứng sau vài năm, nói bằng những thứ đo được hoặc kiểm được.
- Đích nhắm khác con số doanh số năm của phòng kinh doanh ở ba chỗ.
- Con số của phòng kinh doanh viết cho một năm và được chia theo quý, theo tháng.
- Chỗ thứ hai là thứ được đo.
- Chỗ thứ ba là quan hệ với các phần sau.
- Một phép thử ngắn cho phần này: đọc câu đích nhắm, rồi hỏi sau ba năm ai sẽ là người nói được đã đạt hay chưa, và nhìn vào đâu để nói.

2 · Bán cho ai nghĩa là chọn một phân khúc, và nói rõ những phân khúc không theo

- Phần thứ hai trả lời câu dòng sản phẩm này phục vụ ai.
- Chia phân khúc (market segmentation) là việc chia toàn bộ người mua một loại hàng thành những nhóm có nhu cầu và cách chọn hàng đủ giống nhau.
- Có ba điều cần giữ khi viết phần này.
- Điều thứ nhất, tả phân khúc bằng nhu cầu, rồi mới tới tuổi và thu nhập.
- Lớp Người dùng, khách hàng và người mua — ba người khác nhau, mã SP-02, đã tách người dùng, người trả tiền và người quyết định mua.
- Điều thứ ba, viết dòng không theo.

3 · Có bốn cách hơn người khác, và mỗi cách đòi công ty phải giỏi một việc khác nhau

- Phần thứ ba trả lời câu: vì sao người mua trong phân khúc đã chọn lại lấy sản phẩm này, chứ không lấy sản phẩm bên cạnh.
- Hơn bằng giá: Người mua chọn vì rẻ hơn ở cùng một mức dùng được.
- Hơn bằng công nghệ: Người mua chọn vì sản phẩm làm được việc mà sản phẩm khác chưa làm được, hoặc làm tốt hơn hẳn.
- Hơn bằng trải nghiệm khi dùng
- Hơn bằng kiểu dáng: Người mua chọn vì đẹp hơn, hợp với cách họ muốn được nhìn thấy.
- Một dòng sản phẩm có thể dùng hai cách cùng lúc, miễn là hai cách ấy không kéo ngược nhau.

4 · Bốn vùng cơ hội cho biết một lựa chọn rủi ro tới đâu

- Khi đã có câu bán cho ai và câu hơn người khác, cần biết thêm lựa chọn đó rủi ro tới mức nào.
- Nhu cầu gọi là quen khi nó đã có trên thị trường và đã có sản phẩm đáp ứng.
- Hai trục cắt nhau thành bốn vùng.
- Bảng này không thay cho chiến lược.
- Hai trục nhu cầu và công nghệ chia ra bốn vùng cơ hội, từ vùng 2 an toàn tới vùng 4 nguy hiểm nhất. -->
- Cách cho điểm để chọn giữa nhiều cơ hội không thuộc bài này.

Bảng tổng hợp

Bảng tổng hợp ba phần đầu của chiến lược

	Đích nhắm	Bán cho ai	Hơn người khác ở điểm gì
Trả lời câu	dòng sản phẩm muốn đứng ở đâu sau vài năm	phục vụ nhóm người mua nào, bỏ nhóm nào	vì sao người mua lấy sản phẩm này thay vì sản phẩm bên cạnh
Viết đúng khi	có hai ba điều đo hoặc kiểm được, biết ai sẽ kiểm	tả bằng nhu cầu, ghi rõ vai, có dòng không theo	chọn một hoặc hai cách không kéo ngược nhau

Bảng tổng hợp

Bảng tổng hợp ba phần đầu của chiến lược tiếp

	Đích nhắm	Bán cho ai	Hơn người khác ở điểm gì
Hay viết sai thành	một con số doanh số năm	một khoảng tuổi và thu nhập	rẻ nhất và công nghệ cao nhất cùng lúc
Câu hỏi để soi	sau ba năm ai nói được đã đạt hay chưa	hai người trong nhóm có cần cùng một thứ không	đối thủ có làm y hệt được trong một năm không

Phần giá trị nhất của bài

Chỗ người ta hay làm sai

- **Chọn hai cách hơn ngược nhau cùng lúc**

  Cách tránh là chọn một cách chính, và nếu có cách thứ hai thì kiểm xem nó có đòi tiêu tiền ngược chiều cách thứ nhất không.

- **Tả phân khúc bằng tuổi và thu nhập mà không nói họ cần gì**

  Cách tránh là thêm vào mỗi câu tả phân khúc một vế «những người này cần», và vế đó phải đủ cụ thể để loại bỏ được một tính năng.

- **Coi chỗ trống trong phân khúc là chỗ có người cần**

  Cách tránh là trước khi chọn chỗ trống, tìm cho được bằng chứng có người đang cần mà chưa được phục vụ, ví dụ người mua đang tự chế, tự ghép đồ...

Ví dụ để khái niệm sáng ra

Ví dụ minh hoạ

- Theo bài viết, đầu những năm tám mươi, ngành đồng hồ Thuỵ Sĩ đang lâm vào khủng hoảng vì đồng hồ thạch anh của Nhật cạnh tranh rất mạnh.
- Hai trong ba phần đầu của chiến lược đọc được khá rõ.
- Nhìn theo bài này: hai cách hơn ở đây không kéo ngược nhau, vì cái mới nằm ở màu và hình, không nằm ở vật liệu đắt.

Ví dụ dưới đây lấy từ bài viết ngày 28 tháng 2 năm 2003 của swissinfo.ch, trang tin của đài phát thanh truyền hình công Thuỵ Sĩ, nên bạn tra lại được.

Bài tập tự chấm

Thử nhìn lại việc của mình

- [ ] Chọn một dòng sản phẩm của công ty bạn.
- [ ] Viết ba câu.
- [ ] Câu một là đích nhắm: dòng này muốn đứng ở đâu sau ba năm, kèm cách kiểm.
- [ ] Câu hai là bán cho ai: nhóm người mua tả bằng nhu cầu, ghi rõ vai, kèm một dòng không theo.
- [ ] Câu ba là hơn người khác ở điểm gì: chọn một hoặc hai trong bốn cách, và ghi việc công ty phải giỏi đi kèm mỗi cách.

Cách tự chấm và lời giải mẫu nằm trong bài trên trang web.

m.school

Đọc trọn bài và làm bài tập tại

mschool.meslab.org/lop/CL-01/bai-03.html

m.school by MES LAB · học không mất phí, không cần đăng nhập