

# Уникальное предложение

# торговое

В постоянно растущей экономике, такой как сегодня, наличие уникального торгового предложения является важным инструментом для вашего бизнеса. Чтобы привлечь клиентов, вам необходимо иметь уникальное торговое предложение (УТП или оффер). Но что именно является УТП и как создать свое, которое будет успешно работать для вашего бизнеса?

Прежде чем вы сможете начать продавать свой продукт или услугу кому-либо, вы должны определить основные ценности, которые вы будете декларировать. Если вы не можете адекватно и просто рассказать, почему ваш потенциальный клиент должен выбрать ваш продукт, вы не сможете одержать победу над имеющимися конкурентами.

Наличие грамотного УТП становится критически важным, когда ваш продукт или услуга относятся к высоко-конкурентной отрасли. Очень немногие предприятия на сегодняшний день имеют монополию на реализуемые ими товары. Поэтому объявив в своем УТП главные уникальные ценности вашего продукта, вы сможете отстроиться себя от конкурентов. Хотя для большинства предприятий определить УТП не просто, это ключевая задача бизнеса, с которой стоит начать.

Игра стоит свеч, поэтому приступим.

Так что же вы должны учитывать при попытке определить ваше УТП?

**1. Познакомьтесь с вашими клиентами и определите реальные причины, по которым они покупают ваш продукт или услугу.**

Вероятно, многим вашим потенциальным клиентам трудно решить, какой вариант нужного им товара из имеющихся на рынке стоит их времени, денег и доверия. Процесс выбора порой может быть пугающим, особенно для клиентов, которым не хватает опыта,

чтобы узнать, что действительно отличает один товар от другого. Это и станет вашей работой – помочь им, сделав ваше УТП отличительным, искренним и заслуживающим внимания. Ваши потребители должны четко понимать, что ваш бренд может это предложить им, а ваши конкуренты – нет.

Тем не менее, прежде чем задуматься о том, какие аспекты отличают ваш бизнес от конкурентов, вы должны точно знать, кому и что вы хотите продавать. Слишком часто компании поглощены процессом производства своих товаров или услуг и совершенно забывают, что прежде всего необходимо удовлетворять потребности клиентов, а не свои собственные. Вам важно знать, почему клиенты будут покупать у вас. Что вас отличает? Например, наше агентство предлагает своим клиентам услугу – готовый отдел маркетинга, в который входят 7 человек, которые выполняют ежемесячно более 160 конкретных задач, направленных на продвижение бренда клиента.

## **2. Исследуйте своих конкурентов и выясните, как их продукты решают проблемы вашего клиента**

Один из способов проработки своего УТП заключается в изучении того, как другие компании позиционируют свои товары и услуги. Если вы изучите, что они продают и как, вы сможете узнать много о том, как компании дифференцируют себя от своих конкурентов. Для этого требуется тщательно изучить рекламу и рекламные сообщения ваших прямых конкурентов и потом уже проработать свои. Например, если ваши конкуренты демпингуют и предлагают лучшую цену на рынке, вы должны найти другую интересную черту вашего УТП, которая отвечает потребностям клиента и является им необходима, например предложить товар более высокого качества или быстрое обслуживание. Вы должны показать своим клиентам, что ваш продукт или услуга могут удовлетворить их потребности и решить их проблемы. Для этого ответьте за них на вопрос – если они выберут ваш продукт или услугу, как это изменит их жизнь к лучшему? Что тогда должно отличать ваш бизнес от остальных конкурентов в вашей отрасли? Почему они должны выбирать вас? Ответы на эти вопросы и лягут

в основу вашего УТП.

Наличие качественного УТП очень важно для успешной торговли. Без него в современном высококонкурентном мире найти свое место под солнцем практически невозможно. Чем больше вы знаете о своем клиенте, тем лучшую стратегию вы сможете разработать для своих продаж и рекламных кампаний. Эти стратегии должны основываться на созданном вами УТП и на сильных качествах вашего продукта. Помните: успешный бизнес – это не просто наличие уникального продукта или услуги. Речь идет о том, что ваш продукт или услуга должны выделяться на фоне конкурентов и при этом быть желанными для потребителя.