

MEMPOSISIKAN PENAWARAN PASAR SEPANJANG DAUR HIDUP PRODUK



Bagaimana Melakukan Diferensiasi

Ada 3 langkah dalam melakukan diferensiasi, yaitu :

1. Mendefinisikan model nilai pelanggan
2. Membentuk hirarki nilai pelanggan
3. Menentukan paket nilai pelanggan

Peralatan untuk melakukan diferensiasi

Ada 4 jenis industri berdasarkan jumlah keunggulan kompetitif yang tersedia dan ukurannya dalam melakukan diferensiasi :

1. Industri volume,
2. Industri mati langkah,
3. Industri terfragmentasi,
4. Industri terspesialisasi

Di industri yang kompetitif, kunci keunggulan kompetitif adalah diferensiasi produk.

Penawaran pasar dapat didiferensiasikan menurut 5 dimensi, yaitu :

1. Diferensiasi Produk

meliputi : bentuk, keistimewaan, mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, kemudahan, perbaikan, gaya, rancangan.

2. Diferensiasi Pelayanan

meliputi : kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan, pemeliharaan dan perbaikan, pelayanan lain-lain.

3. Diferensiasi Personalia

4. Diferensiasi Saluran

5. Diferensiasi Citra

Penentuan Posisi menurut Ries dan Trout

Dalam menentukan posisi pesaing memiliki 3 pilihan strategi, yaitu :

1. Memperkuat posisinya sendiri saat ini di benak konsumen
2. Mencari dan merebut posisi baru yang belum ditempati
3. Menggeser atau mengubah posisi persaingan

Secara umum, perusahaan harus menghindari 4 kesalahan utama dalam penentuan posisi, yaitu :

1. Penentuan posisi yang kurang
2. Penentuan posisi yang berlebihan
3. Penentuan posisi yang membingungkan
4. Penentuan posisi yang meragukan

Adapun strategi penentuan posisi dapat dilihat menurut :

1. Penentuan posisi menurut atribut
2. Penentuan posisi menurut manfaat
3. Penentuan posisi menurut penggunaan/penerapan
4. Penentuan posisi menurut pemakai
5. Penentuan posisi menurut pesaing
6. Penentuan posisi menurut kategori produk
7. Penentuan posisi menurut mutu/harga

Konsep tentang Siklus Hidup Produk

Mengatakan bahwa sebuah produk memiliki siklus hidup berarti menegaskan 4 hal, yaitu:

1. Produk memiliki umur yang terbatas
2. Penjualan produk melalui berbagai tahap yang berbeda
3. Laba naik dan turun pada berbagai tahap yang berbeda selama siklus hidup produk

Kurva siklus hidup digambarkan sebagai bentuk lonceng. Kurva ini pada umumnya terbagi menjadi 4 tahap, yaitu :

1. Perkenalan
2. Pertumbuhan
3. Kedewasaan/kemampuan
4. Penurunan

Bentuk-bentuk lain siklus hidup produk

Ada 3 pola lain yang menggambarkan siklus hidup produk, yaitu :

1. Pola pertumbuhan-kemerosotan-kemapanan
2. Pola siklus-siklus berulang
3. PLC berlekuk



SEKIAN
DAN
TERIMA KASIH