

Làm thế nào để Unique Selling Points SÁNG TẠO SẢN PHẨM NỔI BẬT

Usp: Unique selling point là lợi điểm bán hàng độc đáo hay lợi ích độc đáo khách hàng nhận được

Trong công việc kinh doanh việc xác định USP làm cho công việc kinh doanh trở nên dễ dàng và hiệu quả hơn.

Việc xác định USP là giá trị riêng có để bạn có thể đưa vào trong việc truyền thông, marketing, viết conten, bán hàng và tạo dựng vị thế.

USP cộng với lời đảm bảo tạo ra thị trường ngách, là thị trường chúng ta chủ động về giá và tạo lập vị thế riêng cho công việc kinh doanh.

Để biết thêm về thị trường ngách, USP, mô hình kinh doanh... hãy cập nhật thông tin tại trang cá nhân của tôi <http://facebook.com/leminhtuan80>

Vậy làm thế nào để tìm ra được USP, dưới đây là cách xác định USP và 62 cách gợi ý để bạn có thể tìm ra USP của mình

Phần 1: Xác định USP

- Để xác định USP bạn cần xác định rõ được vấn đề, nỗi đau và mong muốn của khách hàng. USP là lợi ích duy nhất mà bạn cung cấp cho khách hàng

- Một USP mạnh bao gồm 4 yếu tố

+ Thu hút sự quan tâm của khách hàng tiềm năng

+ Duy nhất bạn có hoặc bạn có thể làm tốt hơn

+ Mọi người nói về nó

+ Khó sao chép hoặc việc sao chép làm cho chi phí của khách hàng nhiều hơn

- 4 Câu hỏi để xác định USP
 - Câu 1: Tại sao khách hàng mua hàng?
 - Câu 2 Tại sao khách hàng mua hàng từ bạn không phải từ đối thủ cạnh tranh hay người khác?
 - Câu 3: Có những điều gì về sản phẩm, dịch vụ và phương thức phục vụ mà thị trường chưa đáp ứng hoặc chưa thỏa mãn khách hàng?
 - Câu 4: Những điều gì bạn có thể thêm vào để cung cấp sản phẩm và dịch vụ tốt hơn cho khách hàng

- Ngoài ra bạn có thể làm theo bước sau để xác định USP
 - Bước 1: Xác định tình năng sản phẩm dịch vụ của bạn
 - Bước 2: xác định tính năng sản phẩm của đối thủ cạnh tranh
 - Bước 3. Chọn ra tính năng mà chỉ bạn có hoặc có thể làm
 - Bước 4; Chuyển tính năng thành lợi ích
 - Bước 5: Đánh giá lại từ phía khách hàng

Phần 2: 62 cách gợi ý xác định USP

1. Định vị đây là sản phẩm đích thực, các SP khác chưa phải (Ví dụ cafe thứ thiệt, 100% nguyên chất ko sao tẩm) – Trung Nguyên
2. Định vị xếp hạng vị trí 1,2,3...ví dụ : luôn theo sau sp Top 1- Chúng tôi đứng thứ nhì Việt Nam. Khi nói đến thằng thứ 1 thì sẽ phải nghĩ đến mình là thứ 2 và Avis là một ví dụ nổi tiếng (We try harder)
3. Giá luôn thấp nhất : Nếu tìm đc sp nào giá thấp hơn - sẽ giảm thêm 5%
4. Giá luôn là cao nhất : Trên thị trường là thằng cao giá nhất. khách hàng mua là vì giá nó cao và hãnh diện về điều này - Helmet
5. Bền nhất, chắc chắn nhất : 60 năm vẫn chạy tốt - Eletrolux
6. An toàn nhất : 10 năm qua, chưa hề gây ra 1 sơ xuất nào – SSS
7. Tác dụng nhanh hơn, đạt hiệu quả nhanh gấp 10 lần thằng bên cạnh
8. Làm gợi cảm hơn : Dùng xong sẽ gợi cảm quyến rũ hơn nhiều – Victoria secrets

9. Thể hiện giới tính mạnh : Bản lĩnh đàn ông thời nay – Tiger beer
10. Khách hàng riêng biệt : Chỉ dành cho bà mẹ thông thái - Bibomart
11. Kích cỡ riêng , vóc dáng riêng : Chỉ dành cho người ngoại cỡ - NEM
12. Vấn đề cá nhân đặc biệt : Chuyên trị gàu – Haicnear
13. Thời gian trong ngày : Chống buồn ngủ ban đêm
14. Thời gian riêng : Neptune và cảm xúc xum vầy ngày Tết
15. Neo cảm xúc : Thơ ấu, Hoài cổ, Sự tự tin : Phở bát đàn, Đinh cafe
16. Toàn cầu, quốc tế hóa : Cả thế giới tin dung – Bia 333
17. Xuất xứ original : đặc sản cá kho làng Vũ đại - Dasavina
18. Tín ngưỡng tôn giáo hay vùng miền : Bia Corona - Khi uống theo nghi thức Maya cổ - xát muối và cắn chanh
19. Nơi hội tụ tinh hoa : Modern Life : Nơi hội tụ hàng hiệu gia dụng TG
20. Hình dạng đặc biệt : Cơm kẹp Vietmac , bánh mì tam giác Donakebap
21. Màu sắc : Vinalink với 2 màu xanh đỏ trừu danh trộn lẫn
22. Mùi : Johnson baby : Mùi của bé yêu
23. Vị : Mì tôm Chanh Omni
24. Sự mềm mượt : Sulksilk
25. Nhiệt độ : Dùng ngon hơn khi lạnh
26. Nguyên liệu xịn hơn
27. Tính chất organic thiên nhiên
28. Sạch hơn, loại bỏ độc tố tạp chất
29. Công nghệ mới nhất
30. Tiết kiệm thời gian, nhanh hơn
31. Dễ sở hữu hơn, hệ thống rộng lớn hơn
32. Hậu mãi và dịch vụ thượng hạng
33. Có cá nhân nổi bật
34. Đội ngũ nhân lực đặc biệt
35. Gắn với hình ảnh liên tưởng nhân vật
36. Được người nổi tiếng ưa dùng
37. Khuyến dùng bởi chuyên gia
38. Là biểu tượng văn hóa

39. Cung cấp phân phối theo cách đặc biệt
 40. Không chứa thành tố nào đó: sugar free
 41. Thịnh hành nhất, là trends xã hội
 42. Không gây hại môi trường, thân thiện mt
 43. Lợi cho sức khỏe
 44. Tăng tác dụng thể thao
 45. Handmade , chế tác tay nghề cao
 46. Sản phẩm của nhóm người đặc biệt như khuyết tật, trẻ em
 47. Hạn chế limited edition
 48. Cá tính hóa từng sản phẩm
 49. Có thêm chất mới hay hỗn hợp nhiều chất quý
 50. Sản phẩm thay thế cho thứ đang phổ biến
 51. Thêm tính năng mới lạ
 52. Mua 1 tặng 1
 53. Hai trong 1
 54. Nhãn hiệu gia đình gia truyền, thất truyền
 55. Chia tầng lớp
 56. Phong cách sống
 57. Ngược lại với đối thủ
-
59. Định vị theo hình ảnh và tính cách của nhân vật cổ tích.
 60. Thể hiện cái tôi của khách hàng
 61. Cá nhân hóa sản phẩm và dịch vụ theo khách hàng
 62. Tạo ra trải nghiệm riêng có, bất ngờ khách hàng

<http://leminhtuan.net>

Nếu bạn muốn nhận thêm thông tin hoặc có bất cứ câu hỏi về kinh doanh hãy liên hệ với tôi.

Lê Minh Tuấn

- Nhà huấn luyện kinh doanh, Action Coach
- 0988067618
- Email: leminhtuan0511@gmail.com
- <http://leminhtuan.net> hoặc facebook
<http://facebook.com/leminhtuan80>