

Bab 5

POSITIONING DAN DIFERENSIASI PRODUK JASA

1

Bab 5

Langkah-langkah dalam Positioning

1. Mengenali keunggulan-keunggulan yang mungkin dapat ditampilkan dalam hubungan dengan pesaing.
2. Memilih keunggulan-keunggulan yang paling kuat/menonjol.
3. Menyampaikan keunggulan itu secara efektif kepada target pasar.

2

Kriteria Unggulan

- Penting
- Berbeda
- Superior (unggul)
- Dapat dikomunikasikan
- Pelopor
- Harga terjangkau
- Menguntungkan

Kesalahan Positioning

- *Underpositioning*
- *Overpositioning*
- *Confused positioning*
- *Doubtful positioning*

Melakukan Positioning Jasa Melalui Perubahan Struktural (1)

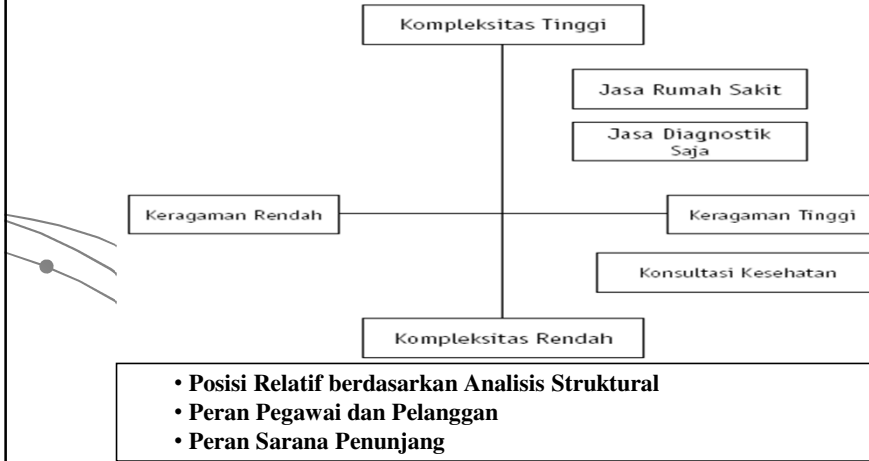
- Karakteristik Proses
 - Standarisasi
 - Kustomisasi
- Kompleksitas dan Keanekaragaman
 - *Complexity*
 - *Divergence*

Melakukan Positioning Jasa Melalui Perubahan Struktural (2)

- *Blue Printing* Kompleksitas dan Keragaman dalam Sistem Jasa
- Mengubah Proses
 - Mengurangi keragaman
 - Meningkatkan keragaman
 - Mengurangi kompleksitas
 - Meningkatkan kompleksitas

Melakukan Positioning Jasa Melalui Perubahan Struktural (3)

- Implikasi dari Perubahan Sistem Jasa Gambar 5.1



- Posisi Relatif berdasarkan Analisis Struktural
- Peran Pegawai dan Pelanggan
- Peran Sarana Penunjang

End