

## בידול - Unique Selling Proposition (USP)

**בידול** - ההבדל ביני לבין המתחרים.

היתרון התחרותי למוצר או שירות נובע מעדיפות כלשהי המוערכת ומועדפת ע"י הצרכן ומנקודת השיפוט שלו.

### מתי לבדל ולמה?

כדאי ליצור הבדל בין מוצרים אם המוצר עונה על התבחינים:

- **חשוב:** ההבדל מספק תועלת רבה למספר גדול של קונים.

איזו תועלת מספק בידול נבחר? \_\_\_\_\_

- **מייחד:** ההבדל לא מוצע ע"י מתחרים.

מה מיוחד בשירות/המוצר שלי? \_\_\_\_\_

- **עדיף:** הבדל ניכר מדרכים אחרות להשגת אותה תועלת.

במה מה השירות/המוצר עדיף משאר השירותים בשוק המספקים אותה תועלת? \_\_\_\_\_

- **תקשורת:** ההבדל נראה לעיני הקונים.

איך הצרכנים/המטופלים/הלקוחות יזהו את הבידול שלי? \_\_\_\_\_

- **מונע:** אינו ניתן להעתקה קלה בידי המתחרים.

האם ניתן "לשחזר" את השירות/המוצר שלי בקלות? \_\_\_\_\_

אילו משאבים דרושים לזה? (זמן, כסף, חיקוי, ניסיון, הכשרה ועוד) \_\_\_\_\_

- **ישיג:** הקונה יכול להרשות לעצמו לשלם את התמורה עבור ההבדל.

האם הבידול שאני מציע לא מייקר את המוצר ולא הופך אותו ללא זמין? \_\_\_\_\_

- **רווחי:** הצעת ההבדל תהיה רווחית.

עד כמה הבידול הנבחר הוא רווחי (מבחינת עלות-תועלת)? \_\_\_\_\_

**"אדם צריך להיות בעל אמונה ולהאמין בעצמו" גייל דורס**

בברכה,

צוות היגוי - קבוצת עניין

"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"

(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

[physical1therapy@gmail.com](mailto:physical1therapy@gmail.com)

<http://www.ipts.org.il/?CategoryID=259>