

# 成功的市場定位選擇，對於商業模式和營收增長有何影響？

成功的市場定位選擇對於商業模式和營收增長有著深遠且基礎性的影響。定位不僅僅是訊息傳遞或行銷活動，它是一種刻意的商業決策，能夠決定公司的整體戰略，並直接影響其財務表現。

以下是成功市場定位對商業模式和營收增長的具體影響：

## 對營收增長的影響 (Impact on Revenue Growth)

成功的定位能夠極大地提升所有行銷和銷售的效益。

### 1. 加速營收增長與縮短銷售週期：

- 良好的定位是所有行銷和銷售策略的基礎。如果定位混亂或不清晰，即使投入更大的行銷預算也無濟於事。
- 成功的定位是實現更快營收增長的要素。例如，Redgate Software 在改善定位後，其營收顯著增長。
- 優化定位後，潛在客戶能夠迅速理解產品的獨特價值和重要性，從而縮短銷售週期並增加營收。
- 強大的定位能讓公司感覺像是在「作弊」一樣，順著市場力量前進，使所有行銷和銷售工作變得更加容易。

### 2. 提高銷售效率與降低獲客成本：

- 有效的定位透過吸引高度契合的客戶 (best-fit customers)，使銷售工作更有效率，因為這些客戶會迅速完成購買流程。
- 成功的定位可以讓客戶獲取成本下降，並讓銷售成交更快。
- 專注於最合適的客戶群 (best-fit customers) 能讓公司以更少的努力實現增長。

### 3. 支持溢價定價 (Premium Pricing)：

- 定位薄弱的產品常被視為與市場上其他產品完全相同，難以收取溢價，導致價格壓力。
- 清晰的定位能幫助潛在客戶理解公司是市場細分中的領導者，並提供巨大的價值，從而更容易收取溢價。例如，將產品從「資料庫」重新定位為「資料倉儲」後，公司得以提高價格，因為資料倉儲市場的選項較少，通常價格更高。

#### 4. 減少客戶流失 (Churn) :

- 定位不佳會導致客戶因誤解產品價值而購買，隨後迅速放棄產品，尤其對訂閱制業務影響更為嚴重。
- 成功的定位確保客戶因正確的理由選擇產品，讓客戶停留更長時間。

### 對商業模式和戰略的影響 (Impact on Business Model and Strategy)

定位是整個企業策略的基礎，它影響了公司如何運作、如何創造和交付價值。

#### 1. 決定根本的商業模式：

- 在定位和情境設定上的選擇，會對企業產生巨大的影響。
- 例如，一位烘焙師決定將產品定位為「蛋糕」還是「鬆餅」，會導致兩種根本不同的商業模式，包括不同的目標買家、銷售地點、競爭替代品、定價和產品路線圖。
- Wave 公司的案例顯示，他們從「會計軟體」轉向「金融服務提供商」，不僅更名，也調整了其商業模式，從依賴廣告和優惠轉向透過薪資和支付等服務收取交易費，這使其客戶數和平台處理金額大幅增長。

#### 2. 指導產品發展與優先級：

- 重新定位會改變公司對自身的看法。
- 定位的轉變影響了公司未來計劃構建的功能，並調整了產品路線圖，使其更能強化公司承諾提供的價值。例如，將產品從「會計軟體」轉變為「金融服務」，其產品路線圖將會有巨大差異。

#### 3. 塑造市場認知與競爭優勢：

- 定位是產品的「情境設定」(context setting)。客戶會依賴情境線索來判斷產品是什麼、為誰設計以及為何重要。
- 成功的定位能夠將客戶認為混亂或不相關的產品，轉變為顯而易見的、必須購買的產品。
- 選擇一個市場參照框架 (market frame of reference) 至關重要，它能讓公司的獨特優勢處於中心地位。
- 創造一個新的遊戲 (Create a New Game) 的定位風格，雖然執行難度最高，但如果成功，能讓公司設定市場的邊界和購買標準，使其優勢完美契合市場需求，並確立領導地位。

#### 4. 明確目標客戶與資源聚焦：

- 定位有助於定義最能從產品中獲益的**目標市場特徵**。
- 如果將行銷和銷售資源集中於最能契合產品的潛在客戶 (best-fit customers)，將是最高效的方式。
- 例如，Janna Systems 從針對「企業 CRM」轉為聚焦「投資銀行 CRM」的細分市場，使其銷售團隊能深入理解該領域的需求，迅速贏得交易，實現爆炸性增長。

## 總結

成功的市場定位就像給一艘船裝上了順風的風帆。在產品眾多、注意力稀缺的市場環境中，**定位**決定了您的產品如何被看待。如果定位不清晰，客戶會為您的產品「發明」一個定位，但這個定位可能掩蓋了您的關鍵優勢。

成功的定位是**將產品的獨特價值，以最明顯的方式呈現給最需要它的客戶**，從而將所有業務努力（包括行銷、銷售和產品開發）對齊，實現業務成功。