

DİFERANSİYEL NEDİR?



"**Diferansiyel maliyet**", bir ürünün veya hizmetin daha fazla satmasına, daha fazla ücret almasına veya bir markanın konumunu pekiştirmesine izin veren algısal veya gerçek" ek faktör " dir.

"**Değer**", sizi tüketiciye yaklaştıran özel bir avantajdır, "fark" ise sizi rakiplerinizden uzak tutan niteliklerdir. "Diferansiyel değer", Michael Porter tarafından araştırmasında tanımlanan üç başarı faktöründen biridir: rekabet avantajı. Daha ayrıntılı bilgi için [Diferansiyelin görevi](#) yazısını okuyabilirsiniz.

Rekabet avantajı, bir şirketin sattığı ürün veya hizmetlerdeki rakiplerinden üstün bir fark yaratmasıdır. Bu avantaj, daha düşük bir değere sahip bir ürün satarak, bazı ek maliyetlerle veya belirli bir grubu hedefleyerek özel avantajlar sunarak elde ettiğiniz farklılaşmadan kaynaklanabilir.

"**Rekabet avantajı**" nın temeli olan ve çalıştığınız koşullara veya pazarlara bağlı olarak izole veya eşzamanlı olarak çalışan üç strateji vardır. Bu üç faktörü dengelemeyi başaran biri başarılı bir şirkete sahip olacak.

Rekabet avantajı, üç temel yetkinliğin belirli bir zamanın yetenekleriyle eşleştirilmesinden kaynaklanır:

1.- Maliyet liderliği: bu, şirketin rakiplerinden daha düşük bir maliyetle bir ürün veya hizmet üretebileceği anlamına gelir. Daha düşük bir değere sahip olmak, daha iyi karlılık elde etme veya daha düşük bir fiyata satma fırsatı anlamına gelir.

2.- Diferansiyel değer: farklı olmak, başkalarının henüz elde edemeyeceği bir şeye sahip olmaktır. Bu fark, daha fazla satış yapmanıza, daha fazla ücret almanıza veya markanın pazardaki konumunu güçlendirmenize olanak tanır.

3.- Stratejik yaklaşım: bu yaklaşım, rakiplerinden daha yüksek bir ihtiyaç memnuniyeti seviyesine ulaşmayı mümkün kılar. Pazarın nişlerini veya segmentlerini tatmin etmek, daha büyük rakiplere göre farklı bir avantaj sağlar, çünkü onlar için farklı stratejiler geliştirmek, bu değişimden elde edilen kazançlardan daha fazla maliyete yol açacaktır.

"Diferansiyel değer" bir saldırı aracıdır, ancak aynı zamanda iyi bir savunma silahı olarak kabul edilir. "Diferansiyel maliyet" de yeni rakipler için önemli bir savunma engelidir. Bir marka kendisini "diferansiyel kar " olan bir marka olarak iyi bir zaman için konumlandıramazsa, rakiplerinin saldırısı karşısında zayıf olabilir. Tersine, eğer bir marka farklılaşmış ve güçlü bir konumlandırmaya sahipse, yeni markaların pozisyonlarını alması çok zordur.

"Diferansiyel maliyet" şirketi rakiplerine göre ayrıcalıklı bir konuma getiriyor ve bu avantaj zamanı, markayı "ilk" ve "en iyi " olarak birleştirmek ve konumlandırmak için kullanılmalı, böylece ikincisinin elde etmek için çok dik bir eğime sahip olması gerekir.

Kaynak: <https://www.yeniumitehliyet.com/>