



9. Keunggulan Bersaing



1.1. Persaingan & keunggulan Bersaing

Faktor aturan Persaingan

1. Masuknya pendatang baru
2. Ancaman produk substistusi
3. Daya tawar-menawar pembeli
4. Daya tawar-menawar pemasok
5. Daya tawar menawar pemasok dan persaingan antar pesaing.





1.2. Startegi Diferensiasi Produk

Kualitas Produk terdiri dari :

➤ **Kualitas Kinerja**

Mengacu pada tingkat di mana karakteristik produk itu beroperasi. Apakah produk tingkat kinerjanya rata-rata rendah, tinggi atau super.

➤ **Kualitas Kesesuaian**



1.3. Startegi Diferensiasi Pelayanan

Diferensiasi Pelayanan :

- Mudah Pelayanan
- Pelatihan Pelanggan
- Pengiriman
- Pemasangan
- Pemeliharaan dan
- Perbaikan

FedEX

Contoh Kategori produk ini adalah : Federal Express (**FedEX**)



1.4. Startegi Diferensiasi Personal

**Diferensiasi lewat
keunggulan personal**

- Memiliki reputasi pada pramugari

**Singapore
Airlines**



1.5. Startegi Diferensiasi Saluran

Diferensiasi lewat keunggulan

- Rancangan distribusi
- Cakupan
- Keahlian dan
- Kinerja

**Sun
Microsystem**



1.6. Startegi Diferensiasi Citra

Diferensiasi keunggulan yang ditangkap oleh Konsumen berupa citra merek

- Coca-Cola
- Nike
- Intel



1.7. Startegi Fokus

Strategi ini memfokuskan pada satu atau lebih segmen pasar sempit daripada segmen pasar yang besar.

- Amstrong Rubber fokuskan pada ban kualitas terbaik.
- Visine fokus pada obat mata



End