

# **ТЕОРИЯ УНИКАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (УТП)**

Михайлов М.А

Основы предпринимательства

# УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Это концепция создания рекламной кампании,  
основанной на выдающихся характеристиках  
продукта или бренда.



# УТП ДОЛЖНО ОТВЕЧАТЬ СЛЕДУЮЩИМ УСЛОВИЯМ:

в рекламе должно присутствовать конкретное предложение для потребителя: купить товар (услугу) и получить выгоду;

предложение должно быть уникальным, чтобы конкуренты не могли создать подобный товар (услугу);

предложение должно быть привлекательным и для новых потребителей.

# ТРИ ПРАВИЛА УТП

Уникальность, важность, отличие



# УНИКАЛЬНОСТЬ СООБЩЕНИЯ

Каждое рекламное сообщение должно говорить об уникальной выгоде.

Звучать оно должно примерно следующим образом: «Только при покупке товара (услуги) нашей компании Вы приобретаете уникальную выгоду, пользу от покупки, которую невозможно получить, купив товар конкурентов».

# ВАЖНОСТЬ

Уникальная выгода, которую предлагает продукт (услуга) должна быть очень важной для целевой аудитории. Чем сильнее выгода, тем больше новых клиентов приведет к Вам рекламное сообщение.



## ОТЛИЧИЕ ОТ КОНКУРЕНТОВ

Уникальность выгоды может быть «реальной - т.е. никто из конкурентов не может предложить сопоставимую выгоду» или «ложной - т.е. никто из конкурентов пока не предлагал данную выгоду и Вы можете стать первым».

# СЦЕНАРИИ УТП

примеры их использования



## **СЦЕНАРИЙ 1: АКЦЕНТ НА УНИКАЛЬНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКЕ ПРОДУКТА.**

- Эта стратегия подойдет для продукта, который действительно обладает уникальной особенностью и которой нет у конкурентов.
- Или можно создать такую особенность.

## НАПРИМЕР

Компания «Little Miss Matched», производящая чулочно-носочную продукцию, вышла на рынок с уникальным предложением — комплект из 3-х носков. В своем УТП компания пообещала, что решит извечную проблему пропавшего носка.



## **СЦЕНАРИЙ 2: НОВОЕ РЕШЕНИЕ, ИННОВАЦИЯ НА РЫНКЕ.**

- Если ваш продукт может решить проблему ЦА каким-то новым, неизвестным ранее способом, тогда об этом грех не заявить.
- Это может быть продукт-новинка, навороченная суперэргономичная упаковка, революционная формула и т.д.

## НАПРИМЕР

«Инновационная формула моющего средства N смертельна для 99 % микробов и абсолютно безопасна для людей».



## **СЦЕНАРИЙ 3: ЦЕННОСТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА.**

Если в вашей нише все продукты типичны и обладают одинаковыми характеристиками, лучший способ выделиться - акцентировать на дополнительном сервисе или услуге.

## НАПРИМЕР

Зоомагазин: «Только у нас вы можете взять котенка или щенка на 2 дня, чтобы убедиться, что он вам подходит»



## **СЦЕНАРИЙ 4: ПРЕИМУЩЕСТВО ЧЕРЕЗ НЕДОСТАТКИ.**

Некоторые недостатки продукта можно  
вкусно обыграть и превратить их в  
уникальную особенность.

## НАПРИМЕР

Молоко с коротким сроком хранения. С одной стороны это не очень удобно. А с другой - отличный способ подчеркнуть исключительную натуральность продукта: «Хранится всего 3 дня, потому что на 100 % натуральное!».



## **СЦЕНАРИЙ 5: ПРОБЛЕМА — РЕШЕНИЕ.**

Самый простой вариант — пойти от проблемы целевой аудитории к ее решению.

## НАПРИМЕР

«Ищете толкового специалиста в свою команду? Только у нас 100 000 резюме из 20 стран мира».



# ПРИМЕРЫ ГОТОВЫХ ФОРМУЛ

Удобный способ разработать УТП

**ФОРМУЛА 1. КЛЮЧЕВАЯ ПОТРЕБНОСТЬ ЦА  
+ РЕЗУЛЬТАТ + ГАРАНТИЯ.**

**«2000 целевых подписчиков  
в течение 1-го месяца, или  
вернем вам деньги».**



## **ФОРМУЛА 2. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ + ПРОБЛЕМА + РЕШЕНИЕ.**

«Помогаем интернет-предпринимателям строить и развивать успешный бизнес с помощью проверенных маркетинговых стратегий».

### **ФОРМУЛА 3. ВАЖНАЯ (УНИКАЛЬНАЯ) ХАРАКТЕРИСТИКА + ПОТРЕБНОСТЬ.**

«1000 интересных идей для ремонта квартиры своими руками». Или вариант УТП для интернет-магазина сумок: «Эксклюзивные сумки ручной работы подчеркнут ваш исключительный стиль».



## **ФОРМУЛА 4. ПРОДУКТ + ЦА + ПРОБЛЕМА + ВЫГОДА.**

«С Видеокурсом «Стройняшка» вы избавитесь от лишних сантиметров на талии, и уже через 2 месяца будете дефилировать по пляжу в сексуальном бикини!».

# УНИВЕРСАЛЬНАЯ ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ УТП

назовите ваш  
продукт;

напишите одну  
главную причину  
вашего превосходства  
над конкурентами;

обоснуйте  
написанное.



# ПРИМЕР

| Имя товара                  | Поисковая система Google   |
|-----------------------------|--|
| В чем вы лучше конкурентов? | Лучшая поисковая система для любого вида информации                  |
| Почему?                     | Потому что постоянно улучшает, совершенствует и развивает технологии |