خطوات بناء أو إعادة بناء المكانة Positioning ٩ يتطلب تحديد المكانة اتخاذ قرار بشأن ما يلي: 1) تحديد إطار مرجعي من خلال تحديد قطاع/ قطاعات السوق المستهدف والمنافسين، و/أو عامة الناس ألن بعض الشركات أو ألن المستهلكين في هذا القطاع قد يتطلعون بالفعل إلى منتجات معينة أو العالقات التجارية في قرارات الشراء الخاصة بهم ٩ أقرب المنافسين للشركة هم أولئك الذين يسعون إلى إرضاء نفس العمالء والاحتياجات وتقديم عروض لتلبية نفس الاحتياجات. 19 خطوات بناء أو إعادة بناء المكانة Positioning 2) تحديد نقاط التشابه ونقاط الختالف بين العالقات التجارية للمنظمة و المنظمات المنافسة، إيجابي من قبل المستهلكين. مع عالقات تجارية أخرى ٩ قم بمسح السوق للتعرف علي المكانة الحالية للمنظمة و المنظمات المنافسة . 21 خطوات بناء أو إعادة بناء المكانة Positioning وإذا لم يكن الأمر كذلك، فأين يكون التغيير ضر الخطوة 3: حدد الموقع المرغوب الذي تريد أن تكون فيه. يفكر ويشعر الجمهور المستهدف المتنوع تجاه العالمة التجارية. تأكد من أن الموضوع قوي بما يكفي الستخدامات متعددة،