

企业战略定位自测诊断工具（通用版）

工具核心价值：3 分钟精准诊断企业战略盲区，找准差异化定位，告别同质化内卷，锁定核心竞争力！适用于初创企业、成长型企业、成熟型企业全生命周期，无行业限制。

一、工具入口引导页

核心标题

你的企业，到底该靠什么活下去？

90%的企业经营困境，根源都是**战略定位模糊**：

- 产品不错，却卖不过竞品，价格战越打越亏？
- 客户零散，没有忠实粉丝，业绩忽高忽低？
- 团队迷茫，不知道发力方向，资源白白浪费？
- 想转型突破，却找不到精准赛道，试错成本极高？

无需付费咨询、无需复杂调研，立即开启**免费战略定位自测**，一键生成专属定位报告，解锁企业增长密码！

立即开始自测

二、战略定位自测问卷（核心模块，12 道单选题，3 分钟完成）

作答说明：根据企业真实经营情况选择，答案无对错，只为精准诊断定位现状

第一部分：企业基础现状诊断（4 题）

1. 贵企业当前所处发展阶段是？

- A. 初创期（成立 3 年以内，营收不稳定，摸索商业模式）
 - B. 成长期（成立 3-8 年，营收稳步增长，急需扩大市场）
 - C. 成熟期（成立 8 年以上，营收稳定，面临同质化竞争）
 - D. 转型期（业绩下滑/瓶颈，急需重构竞争力）
2. 贵企业核心业务/产品的差异化程度如何？
- A. 完全无差异，和竞品功能、价格、服务高度雷同
 - B. 轻微差异，仅有小细节不同，客户感知不强
 - C. 中度差异，有 1-2 个核心优势，部分客户认可
 - D. 高度差异，拥有独家壁垒，客户非你不可
3. 贵企业是否清晰锁定核心目标客户？
- A. 没有目标客户，什么客户都想做
 - B. 模糊认知，大概知道客户群体，无精准画像
 - C. 精准锁定，有完整客户画像和需求分析
 - D. 深度绑定，拥有高粘性忠实客户群体
4. 贵企业当前的核心竞争优势是？
- A. 无明显优势，全靠低价获客
 - B. 成本优势/规模优势
 - C. 产品技术/品质优势
 - D. 品牌口碑/服务体验/独家资源优势

第二部分：市场与竞争定位诊断（4 题）

1. 贵企业在行业内的市场地位是？
- A. 小众跟随者，市场份额极低，无人关注
 - B. 普通参与者，市场份额中等，竞争激烈
 - C. 区域领导者，占据局部市场优势
 - D. 行业头部/标杆，拥有定价权和话语权
2. 贵企业是否明确自身的市场赛道？

- A. 赛道模糊，和同行挤在同一红海市场
 - B. 尝试细分赛道，尚未跑通模式
 - C. 锁定细分赛道，成为细分领域佼佼者
 - D. 开创全新赛道，制定行业规则
3. 客户选择贵企业的核心理由是？
- A. 价格便宜，无其他理由
 - B. 购买方便/渠道就近
 - C. 产品好用/品质靠谱
 - D. 品牌信任/专属服务/解决核心痛点
4. 贵企业应对竞争的主要方式是？
- A. 被动降价，跟风竞品
 - B. 加大推广，靠流量获客
 - C. 优化产品，提升服务
 - D. 坚守定位，靠差异化壁垒避开竞争

第三部分：战略落地与未来规划（4 题）

1. 贵企业是否有明确的 3 年战略定位目标？
- A. 无任何规划，走一步看一步
 - B. 有粗略想法，未形成书面方案
 - C. 有完整定位方案，团队达成共识
 - D. 定位方案落地执行，且持续迭代优化
2. 贵企业的资源投入是否围绕核心定位？
- A. 资源分散，到处试错，无重点投入
 - B. 资源投入略有侧重，不够聚焦
 - C. 核心资源聚焦定位方向，投入精准

- D. 资源高效配置，定位成为全员行动准则
3. 贵企业品牌传播是否突出定位标签？
- A. 无品牌标签，传播内容杂乱无章
 - B. 偶尔提及优势，无固定定位口号
 - C. 有专属定位口号，持续对外传播
 - D. 定位标签深入人心，客户脱口而出
4. 贵企业当前最迫切的定位需求是？
- A. 从零搭建战略定位体系
 - B. 优化现有定位，破解竞争困局
 - C. 强化定位壁垒，提升品牌影响力
 - D. 升级定位，实现跨界/转型增长

✓ 提交自测，立即生成专属《企业战略定位诊断报告》

三、定位结果诊断体系（后台自动测算，前台可视化展示）

评分规则（后台逻辑）

单选 A: 1 分，B: 2 分，C: 3 分，D: 4 分；总分 12-48 分，按分数划分为 4 大定位层级，匹配对应诊断结果、定位类型、改进方案。

四大定位层级及核心诊断

1. 定位缺失型（12-21 分）

核心痛点：企业无清晰定位，处于盲目经营状态，随时面临被市场淘汰风险，业绩波动大、客户流失率高。

适配定位方向：基础生存定位、小众细分切入定位、低成本差异化定位。

紧急建议：快速梳理核心优势，锁定窄众客户，避免全面开战，先活下来再谋发展。

2. 定位模糊型（22-31 分）

核心痛点：有初步业务方向，但定位不聚焦、优势不突出，陷入同质化竞争，增长乏力、盈利薄弱。

适配定位方向：细分市场聚焦定位、客户痛点差异化定位、区域深耕定位。

紧急建议：砍掉非核心业务，提炼 1 个核心差异化标签，集中资源击穿单点。

3. 定位清晰型（32-41 分）

核心痛点：定位明确且有一定竞争力，但壁垒不牢固，易被竞品模仿，品牌影响力有待提升。

适配定位方向：品牌价值定位、技术壁垒定位、服务专属化定位。

紧急建议：强化定位护城河，加大品牌传播，沉淀忠实客户，巩固细分赛道话语权。

4. 定位领先型（42-48 分）

核心优势：定位精准、壁垒深厚，拥有忠实客户和品牌溢价，处于行业领先地位，抗风险能力极强。

适配定位方向：行业标杆定位、生态化定位、创新引领定位。

进阶建议：持续迭代定位，布局新赛道，放大品牌势能，引领行业发展。

本工具由 30 年企业管理专家团队研发，结合上千家企业实战案例打磨，摒弃空洞理论，聚焦落地实操，已帮助数百家企业找准定位、实现业绩倍增。