

Checklist concurrentieanalyse

(paragraaf 4.2.1 ■ Externe analyse)

Er zijn verschillende manieren om de concurrentieanalyse vorm te geven. Onderstaand stappenplan geeft aan hoe je een concurrentieanalyse zou kunnen aanpakken.

Stap 1 ■ Beschrijving eigen idee/portfolio

Beschrijf kort je eigen innovatieve idee. Als het om meer initiatieven gaat, spreek je van een portfolio.

Stap 2 ■ Identificeren van de concurrentie

Er zijn veel verschillende vormen van concurrentie. Het is daarom belangrijk een onderscheid te maken tussen directe en indirecte concurrenten:

- directe concurrenten: organisaties die gelijkwaardige en gelijksoortige producten of diensten aanbieden;
- indirecte concurrenten: organisaties die niet hetzelfde soort product of dienst aanbieden maar een alternatief voor het product.

Stap 3 ■ Keuze van de concurrenten

Je hoeft uiteraard niet van elke concurrent een analyse te maken. Het is beter om een aantal belangrijke concurrenten te kiezen en hierop in te spelen. Verantwoord deze keuze met een goede motivering.

Stap 4 ■ Onderzoek de doelstellingen en strategie

Welke strategie volgen deze concurrenten? Welke kant gaan zij op? Op welke manier verwacht de concurrent de komende jaren te gaan groeien? Probeer een antwoord te krijgen op deze belangrijke vragen. Onderzoek ook de manier waarop de concurrenten hun marketinginstrumenten inzetten.

Stap 5 ■ Succesbepalende factoren in de markt

Waarom danken de concurrenten hun succes? Probeer deze succesbepalende factoren in de markt te achterhalen.

Stap 6 ■ Sterkte-zwakteanalyse van de concurrenten

Confronteer de succesbepalende factoren in de markt met de belangrijkste concurrenten. De uitkomst is een tabel met daarin alle sterktes en zwaktes van de belangrijkste concurrenten. Neem hierin ook een wegingsfactor op. De ene factor kan belangrijker zijn dan de andere.

Stap 7 ■ Conclusie

Stel vast wat je eigen score is bij de succesbepalende factoren en vergelijk deze met die van de concurrenten. Een zwakte van de concurrent kan immers een kans betekenen voor jouw innovatieve idee. Leer van de sterkten en zwakten van je concurrent. Stel op basis daarvan vast wat je eigen succesfactoren zijn: kwaliteit, variatie, innovatie, prijs, service of iets anders? Waarin onderscheid je je van de concurrenten?

Zie ook: www.youtube.com/watch?v=VIP5LVk-LDc