

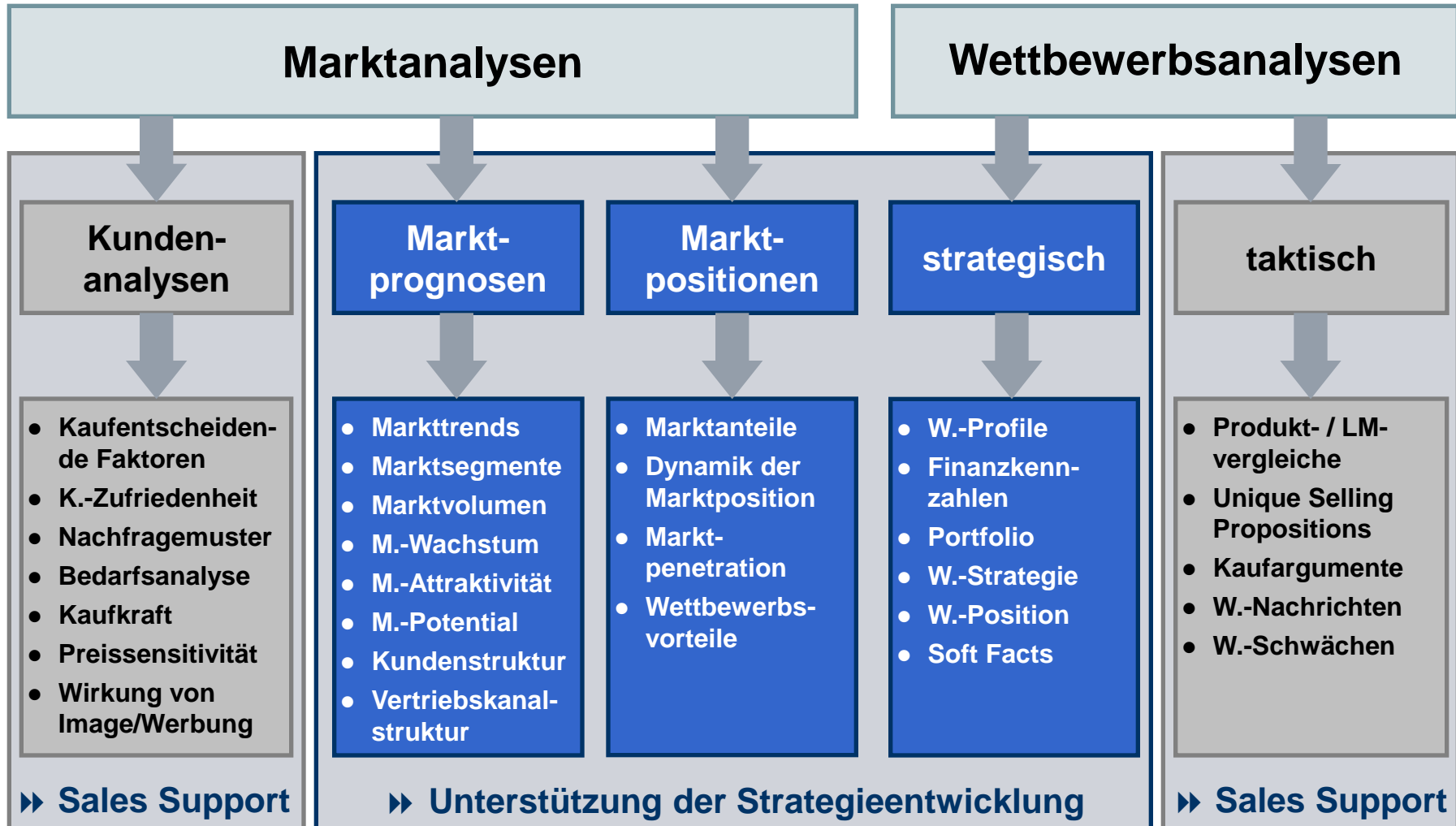


Wettbewerbsanalysen in der industriellen Praxis

Anwendungen im Strategischen Marketing



Hauptfunktionen der Markt- und Wettbewerbsanalysen



Strategische versus Taktische Wettbewerbsanalysen

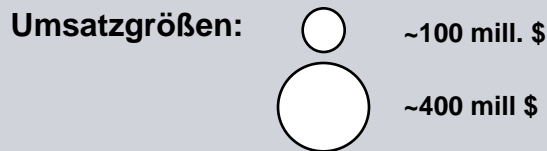
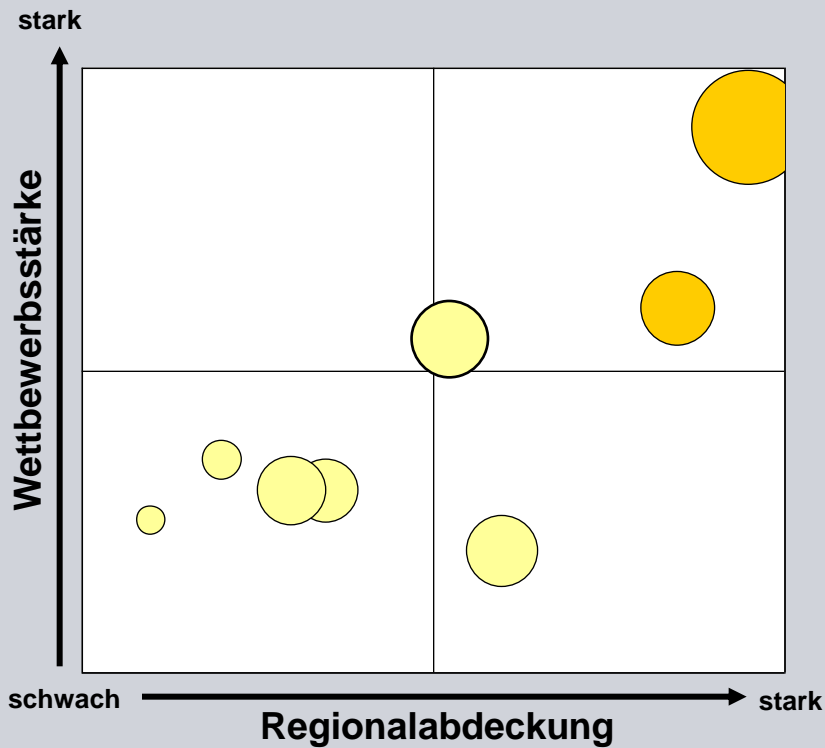
| | Strategische Wettbewerbsanalyse | Taktische Wettbewerbsanalyse |
|--------------|---|---|
| Definition | Analyse der gesamten Wettbewerbssituation, um die eigene Marktposition zu bestimmen und daraus Rückschlüsse für die Wettbewerbsfähigkeit zu gewinnen | Analyse der Wettbewerbsfirmen und -Produkte/-Services, um daraus Vorteile für das operative Geschäft, insb. im R&D- und Vermarktungsprozess zu gewinnen |
| Inhalte | <ul style="list-style-type: none"> ● Industrieanalyse / Wettbewerber-Landschaft ● Wettbewerber-Profile ● Wettbewerbsportfolio - Übersicht ● Wettbewerbspositionen / Marktanteile ● Wettbewerbsstrategien / Stärken ● Finanzielle Kennzahlen ● Soft Facts, Organisation, Personen | <ul style="list-style-type: none"> ● Produkte / Services - Beschreibungen ● Features & Functions - Vergleiche ● Performancekennzahlen ● Unique Selling Propositions ● Verkaufsargumente ● Wettbewerber-Schwächen ● Aktuelle Wettbewerber-Nachrichten |
| Zielgruppen | <ul style="list-style-type: none"> ● Gesellschafter, Investoren, Analysten ● Senior-Management ● Produkt-/Service-Management | <ul style="list-style-type: none"> ● Produkt-/Service-Management ● Vertrieb / Marketing ● Evtl. Kunden |
| Datenquellen | <ul style="list-style-type: none"> ● Publikationen / Berichte der Wettbewerber ● Analystenberichte ● "Insider" | <ul style="list-style-type: none"> ● Informationen der Wettbewerber ● Analysten / Consultants ● Messen / Konferenzen ● Vertriebs- / Service-Partner ● Kunden ● Reverse Engineering |

Hauptaufgaben und Schnittstellen der Wettbewerbsanalyse

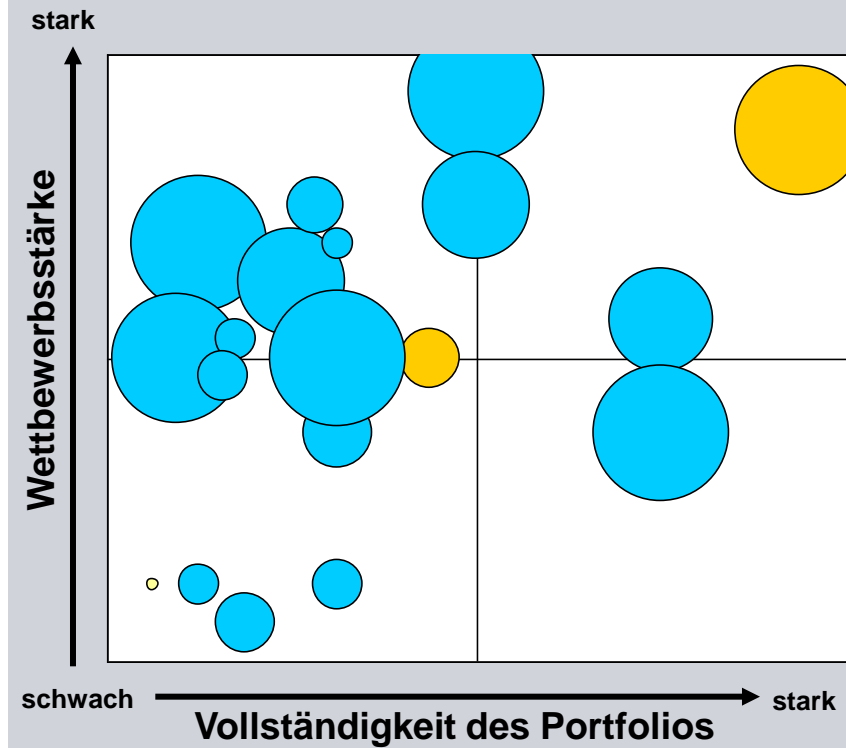


Industrieanalyse (Beispiel)

Consulting & Integration



Hersteller



Strategische Wettbewerber-Vergleiche (Beispiel)

Strategische Differenzierungsmerkmale

- + sehr starke Position
- + starke Position
- o neutrale Position
- Schwache Position
- sehr schwache Position

| | Wettb. A | Wettb. B | Wettb. C | Wettb. D | Wettb. E | Wettb. X |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Technische Vision | o | + | ++ | ++ | + | + |
| Technologie-Allianzen | o | + | + | ++ | o | o |
| Vertriebsnetz | o | + | ++ | ++ | + | o |
| Portfolioqualität | o | + | + | + | o | + |
| Produktqualität | + | + | + | o | + | + |
| Preisposition | + | + | + | + | o | + |
| Finanzkraft | + | o | ++ | ++ | -- | o |
| Strategischer Einfluss | o | ++ | + | + | ++ | ++ |
| Brand / Markenstärke | o | + | ++ | ++ | + | + |

Produktvergleiche 1:1 – Battlecard (Beispiel)

| Kategorie | Anb. X | Pari = | Anb. A | Erläuterungen |
|------------------------------------|--------|-----------|--------|---|
| Architektur | ✓ | | | <ul style="list-style-type: none"> • A unterstützt maximal ... • ... |
| Zuverlässigkeit | ✓ | | | <ul style="list-style-type: none"> • A erfüllt nicht ... • X gewährt ein Höchstmass an |
| Verwendung von Industrie-Standards | | ✓ | | <ul style="list-style-type: none"> • Sowohl A als auch X unterstützen alle üblichen ... • ... |
| System-Funktionen | | | ✓ | <ul style="list-style-type: none"> • Vergleichbarer Umfang an Systemfunktionen bei A und X • Vorteil bei A wegen ... |
| Applikationen | | ✓ | | <ul style="list-style-type: none"> • A bietet eine große Bandbreite von Anwendungen, die ... • X integriert kostenoptimal ... |
| SOA | ✓ | | | <ul style="list-style-type: none"> • X bietet SOA-basierte ... • X bietet |
| Total Cost of Ownership | ✓ | | | <ul style="list-style-type: none"> • X besitzt signifikante Kostenvorteile ... • A benötigt ... |
| Kriterium Y | | | | |
| Kriterium Z | | | | |

Stolperfallen – Grundprinzip (Beispiel)

| | Stärken | Schwächen |
|-------------------------|---|---|
| Eigene Firma / Produkte | <p>Strategie: Ausschlachten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärken in den Vordergrund stellen • Positive Auswirkungen auf Kundennutzen aufzeigen • Als Unique Selling Propositions darstellen • Als Haupt-Verkaufsargumente platzieren | <p>Strategie: Abmildern / Abwerten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schwächen als unerheblich bewerten • Bedeutung für Kundennutzen abmildern • Korrespondierende Stärke als Ausgleich präsentieren • Geplante Massnahmen zur Behebung aufzeigen |
| Wettbewerb | <p>Strategie: Abmildern / Abwerten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärken als unerheblich bewerten • Bedeutung für Kundennutzen abmildern • Korrespondierende Schwäche als Ausgleich präsentieren | <p>Strategie: Ausschlachten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schwächen überbetonen • Als Wettbewerbsnachteil darstellen • Negative Auswirkungen auf Kundennutzen aufzeigen |

Eine umfassende Präsentation zur Wettbewerbsanalyse mit ausführlichen Erläuterungen der Konzepte und vielen Beispielen aus der Praxis erhalten Sie auf Anfrage.

Bitte verwenden Sie hierzu das Kontaktformular unter <http://www.strategie-und-planung.de/kontakt.html>

Hinweis: Die umfassende Präsentation ist kostenpflichtig, da sie wegen ihrer Vielzahl an Informationen, Beispielen, etc. einen erheblichen Mehrwert besitzt. Die aktuellen Preise der Dokumentation entnehmen Sie bitte der folgenden Seite:
http://www.strategie-und-planung.de/mediapool/92/922449/data/Preise/preisliste_prezo.pdf

Tools aus dem Wettbewerbsanalyse-Kit

| Nr. | Name | Link |
|-------|--|---|
| CI-01 | <u>Industrieanalyse</u> | http://tinyurl.com/73dhxa2 |
| CI-02 | <u>Strategischer Wettbewerbsvergleich</u> | http://tinyurl.com/8ab5ppw |
| CI-03 | <u>Performance-Vergleich</u> | http://tinyurl.com/7n5szv4 |
| CI-04 | <u>Wettbewerberprofil - einseitig</u> | http://tinyurl.com/6m2hyqa |
| CI-05 | <u>Wettbewerberprofil - standard</u> | http://tinyurl.com/7hz9qz1 |
| CI-06 | <u>Produktvergleiche - qualitativ</u> | http://tinyurl.com/73rqsst |
| CI-07 | <u>Produktvergleiche – detailliert (QRG)</u> | http://tinyurl.com/7jtrc2k |
| CI-08 | <u>Produktvergleiche – 1:1 (Battlecards)</u> | http://tinyurl.com/823uucv |
| CI-09 | <u>Stolperfallen & Attacken</u> | http://tinyurl.com/6mbvtzv |
| CI-10 | <u>Positionspapiere</u> | http://tinyurl.com/6pnyj37 |
| CI-11 | <u>Marktanteilsvergleiche</u> | http://tinyurl.com/8x3fwvr |