



Wettbewerbsanalyse-Kit – 9 Stolperfallen & Attacken

Anwendungen im Strategischen Marketing



Stolperfallen – Grundprinzip (Konzept, 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

Stolperfallen – Grundprinzip (Formatvorlage)

	Stärken	Schwächen
Firma X Produkt X	<p>Strategie: Ausschlachten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigene Stärke-1 ... • Eigene Stärke-2 ... • Eigene Stärke-3 ... • Eigene Stärke-4 ... • ... 	<p>Strategie: Abmildern / Abwerten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigene Schwäche-1 ... • Eigene Schwäche-2 ... • Eigene Schwäche-3 ... • Eigene Schwäche-4 ... • ...
Wettbewerber A (B / C)	<p>Strategie: Abmildern / Abwerten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettb.-Stärke-1 ... • Wettb.-Stärke-2 ... • Wettb.-Stärke-3 ... • Wettb.-Stärke-4 ... • ... 	<p>Strategie: Ausschlachten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettb.-Schwäche-1 ... • Wettb.-Schwäche-2 ... • Wettb.-Schwäche-3 ... • Wettb.-Schwäche-4 ... • ...

Stolperfallen – Attacke gegen Wettbewerber (Konzept, Beispiel)

Strategische & Finanzielle Probleme:

- Neues Management-Team noch unerfahren
- Permanente Reorganisation erzeugt Unsicherheit bei Kunden
- Restrukturierung zeigt noch keine Ergebnis-Wirkung
- Schwache Profitabilität beeinträchtigt Investitionen und R&D-Budget
- Finanzierungssituation unsicher
- Weitere Kostensenkungsprogramme wahrscheinlich

Altsystem
Anbieter A



Neusystem
Anbieter A



Wettb.-System
Anbieter X

Altprodukte - Migrationsprobleme

- Altprodukte bereits abgekündigt
- Keine sanfte Migration möglich
 - ↳ Kompletter Ersatz von Steuerungselementen und Software-Systemen
- Erweiterung um Komponenten in neuer Technik erfordert komplette Ersatzinvestition
- Keine Original-Ersatzteile für traditionelle Technik mehr verfügbar
- Kein technischer Support / Wartung für mehr als x Jahre alte Systeme

Neue Produkte - Wettbewerbsnachteile

- Nach wie vor konventionelle XY-Technik
- Nicht-offenes System / Proprietäre Software
- Geringe Skalierbarkeit
- Keine ausgereifte SOA-Architektur
- Neuester Architekturentwurf immer noch proprietär und noch nicht markterprobt

Stolperfallen – Attacke gegen Wettbewerber (Formatvorlage)

Strategische & Finanzielle Probleme:

- Strat.-1
- Strat.-2
- Strat.-3
- Strat.-4
- Strat.-5
- ...
- Finanz-1
- Finanz-2
- Finanz-3
- Finanz-4
- ...

Altsystem
Anbieter A



Neusystem
Anbieter A



Wettb.-System
Anbieter X

Nachteile Altprodukte - <Kernthese>

- Nachteil alt-1
- Nachteil alt-2
- Nachteil alt-3
- Nachteil alt-4
- Nachteil alt-5
- Nachteil alt-6
- Nachteil alt-7
- ...

Nachteile Neue Produkte - <Kernthese>

- Nachteil neu-1
- Nachteil neu-2
- Nachteil neu-3
- Nachteil neu-4
- Nachteil neu-5
- Nachteil neu-6
- Nachteil neu-7
- ...

Stolperfallen & Attacken (Editierbare PowerPoint-Datei)

Eine bearbeitbare PowerPoint-Version dieses Tools, in der Sie auf einfache Art und Weise Änderungen oder Anpassungen vornehmen sowie individuelle Firmendaten eingeben können, erhalten Sie auf Anfrage.

Bitte verwenden Sie hierzu das Bestellformular unter <http://www.strategie-und-planung.de/tools-wettbewerb.html>

Hinweis:

Die PowerPoint-Version ist für den kommerziellen Einsatz im strategischen Marketing von Firmen konzipiert und ist aus diesem Grunde und wegen ihres Mehrwerts gegenüber der pdf-Version lizenzkostenpflichtig. Die aktuellen Preise der Tools entnehmen Sie bitte dieser Seite:

http://www.strategie-und-planung.de/mediapool/92/922449/data/Preise/preisliste_tools.pdf

Weitere 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