

KONKURRENZANALYSE

Die Konkurrenzanalyse verschafft einen Überblick über den Markt, die Marktsituation und kennzeichnet gegebenenfalls Trends.

VORAUSSETZUNGEN

Wettbewerber sind bekannt oder können anhand eindeutiger Kriterien (Marktanteil, Unternehmensgröße) identifiziert werden

VORGEHEN

Basierend auf zuvor festgelegten Wettbewerbern werden die zu untersuchenden Merkmale definiert. Beurteilt werden in der Regel Informationsdarstellung, Usability (nach DIN EN ISO 9241), Inhalt und Präsentation, grafische Gestaltung, Funktionsumfang, Aktualität, technische Realisierung, Suchmaschinenplatzierung und Alleinstellungsmerkmale.

Je nach Problemstellung können ergänzend weitere Methoden wie bspw. Mystery Shopping eingesetzt werden. Als Ergebnis entsteht ein Stärken-Schwächen-Profil der Wettbewerber.

RELEVANZ

Die Ergebnisse der Konkurrenzanalyse unterstützen bei der Bestimmung möglicher Wettbewerbsvorteile und bei der Definition von Alleinstellungsmerkmalen gegenüber der Konkurrenz.

NÄCHSTE SCHRITTE

Erhebung der Nutzerbedürfnisse und Anforderungen (z.B. durch *qualitative Interviews*)
Ergänzung durch *Trendanalyse* und *Analogiestudie* möglich

KONTAKT

D-LABS GmbH
Hasso Plattner High Tech Park
August-Bebel-Str. 88
D-14482 Potsdam, Germany

T +49 331 97992 300
F +49 331 97992 310
E info@d-labs.com

