

Анализ конкурентов

Пошаговый метод с
разъяснением

Шаг первый

Определитесь с продуктом,
который собираетесь
продавать.

Шаг второй

**В поисковиках в интернете
забейте название или
определение вашего продукта**

Шаг третий

На первых страницах поиска вы увидите «Акул»- продавцов вашего продукта. Чаще всего это лидеры в нише, они платят за рекламу и продвижение.

Проведите анализ как минимум 4-5 продавцов.

Найдите в интернете отзывы, отметьте за что хвалят и за что ругают продавца. Посмотрите на позиционирование продукта и самого продавца. Оцените сайт и другие предлагаемые продукты. Постарайтесь узнать, как можно больше.

Шаг четвертый

Возьмите для анализа конкурента, который находится на последних строчках в поисковике. Проанализируйте минимум -1-3 конкурента. Схема анализа та же, что и у лидеров рынка вашей продукции. Но эти конкуренты находятся в более близкой с вами ситуации.

Шаг пятый

Составьте таблицу

Наименование конкурента,
сколько времени на рынке, какие
продукты представляет, ценовой
сегмент, привлекательные
стороны (отзывы, новинки, много
учебного или полезного
материала, вежливый персонал,
быстрое обслуживание, хороший
сервис и т.д.),

Отрицательные стороны
(старый сайт, неприятная
манера обращения, грубость,
много бесполезного
материала и т.д.

Шаг шестой

Самый важный.

Сейчас в мире море информации, еще больше продавцов и товаров и услуг.

Но, вы должны убедить покупателей купить именно у вас.

.

Каким образом?

Выделяться среди других
продавцов, вы можете
предлагая что то уникальное.

Уникальным может быть обслуживание, или режим работы или форма подачи материала или доставки товара. Уникальным может быть упаковка и прочее

**И узнать о том, что является
уникальным в вашем случае
можно проанализировав
другие предложения на рынке.**

Так же вы почерпнете много
другой полезной для вас
информации.

Цена

Востребованность на рынке (если
предложений мало, значит и
спрос не большой)

Какие каналы рекламы
используются

Как часто обновляется предложение, какие акции делают, какие маркетинговые ходы предпринимают.

Следующим этапом будет продвижение нашего продукта и там эти данные нам очень пригодятся.

Свой бизнес – это свобода!
Свобода выбора!