

# 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!