

Kilpailija-analyysi

Kilpailija-analyysi on elintärkeä osa yritystoiminnan suunnittelua ja kilpailijoiden seuraamista on jatkettava myös toiminnan käynnistyttyä. Analysoimalla kilpailijoiden toimintaa, NY-yritys pystyy ennakoimaan tulevaa ja pysymään askeleen edellä. Tällä tavalla NY-yritys varmistaa, että asiakkaat varmasti valitsevat heidät. Muista kuitenkin, että yritystoiminnan ei kannata perustua ainoastaan siihen, mitä kilpailijat tekevät – tiedosta voi kuitenkin olla hyötyä.

Seuraavaksi on esitelty kilpailija-analyysin eri vaiheita. Etsikää tietoa ja miettikää vastuksia alla oleviin kysymyksiin.

Ketkä ovat kilpailijoitamme?

Helpointa on aloittaa Googlestä. Tee Googlehaku esimerkiksi tuoteideallanne, NY-yrityksen nimellä tai tutustu esimerkiksi Google Trends (<https://trends.google.fi>) -palveluun. Jos toimitte alueellisesti, kannattaa tutustua esimerkiksi paikallislehtiin ja niiden mainoksiin – mitkä yrityksen mainostavat siellä?

Nimetkää 10 tärkeintä kilpailijaanne

*Kun olette nimenneet kilpailijat, jakakaa ne **suoriin** ja **epäsuoriin** kilpailijoihin. Suorat kilpailijat tarjoavat samanlaista tuotetta / palvelua kuin te ja toimivat samalla alueella. Epäsuorat kilpailijat eivät tarjoa samanlaista tuotetta / palvelua kuin te, mutta voivat omalla tuotteellaan / palvelullaan ratkaista asiakkaan ongelman.*

Tutustukaa mielestänne tärkeimpiin suoriin kilpailijoihin:

TUOTE / PALVELU: Mikä on heidän tuote / palvelu? Mitkä ovat sen vahvuudet ja heikkoudet? Paljonko se maksaa? Onko heillä useilla samanlaisia tuotteita?

MYYNTI: Missä he myyvät? Verkkokaupassa vai liikkeissä? Millainen on asiakkaan ostoprosessi?

MARKKINOINTI: Millaiset verkkosivut heillä on? Mitä sosiaalisen median kanavia he käyttävät? Ovatko he aktiivisia? Miten yritys sijoittuu esimerkiksi Googlen hakutuloksissa? Millaista sisältöä he julkaisevat eri kanavissa? Onko heillä uutiskirjettä?

PALAUTTEET: Kiinnitä huomioita myös palautteisiin, joita kilpailijat ovat saaneet esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai Googlen karttahaussa.

Miten NY-yrityksenne voisi olla parempi?

Kun olette tutustuneet kilpailijoihinne, miettikää, miten NY-yrityksen voi olla parempi kuin he. Onko teidän prosessinne parempi kuin kilpailijoilla? Onko verkkokauppa helppokäyttöisempi? Panostatteko asiakaspalveluun.