



# Wettbewerbsanalysen in der industriellen Praxis

Anwendungen im Strategischen Marketing



# Wettbewerbsanalyse

## Themenbereiche

### Teil 1: Funktionen der Wettbewerbsanalyse

- Ziele der Wettbewerbsanalyse
- Aufgaben der Wettbewerbsanalyse
- Ergebnisse, Methoden und Tools der Wettbewerbsanalyse

### Teil 2: Wettbewerbsanalyse als Management-Instrument (Strategische Wettbewerbsanalyse)

- Branchen- bzw. Industrieanalysen
- Strategie-, Performance- und Marktanteilsvergleiche
- Wettbewerberprofile

### Teil 3: Wettbewerbsanalysen im operativen Geschäft (Taktische Wettbewerbsanalyse)

- Produktbewertungen und -vergleiche
- Produktpositionierungen (Quick Reference Guides / QRG und Battlecards)
- Inputs für Marketingkampagnen (Stolperfallen & Attacken, Positionspapiere)

### Teil 4: Einführung der Wettbewerbsanalyse im Unternehmen

- Prozess der Wettbewerbsanalyse
- Elemente eines Wettbewerbsanalyse-Systems
- Vorgehensweisen bei der Einführung eines Wettbewerbsanalyse-Systems

# Funktionen der Wettbewerbsanalyse

## Was ist Wettbewerbsanalyse?

### Alternative Bezeichnungen:

Konkurrenzanalyse, Wettbewerbsbeobachtung, Competitive Intelligence (CI)

### Definition:

Systematische, andauernde und legale Sammlung und Auswertung von Informationen über Konkurrenzunternehmen und Wettbewerbsprodukte.

### Hauptziele:

Durch Wettbewerbsanalyse können Unternehmen frühzeitig ihre Wettbewerbsstrategie und ihren Marktauftritt an die Wettbewerbsstrukturen anpassen und aufgrund von besseren Informationen Wettbewerbsvorteile im dynamischen Wettbewerbsmarkt erreichen.

### Abgrenzungen zu

- **Benchmarking:**

Zielgerichteter **Vergleich** von Produkten, Dienstleistungen, Prozessen oder Methoden mit fremden Unternehmen (*nicht notwendigerweise direkte Wettbewerber*), um das jeweils beste als Referenz zur Leistungsoptimierung herauszufinden und die Leistungslücke systematisch zu schließen.  
*Grundidee:* Welche Unterschiede bestehen und warum? Welche Verbesserungsmöglichkeiten gibt es?

- **Spionage:**

Beschaffen und Erlangen unbekannter Informationen oder geschützten Wissens; **illegale** Methoden.

- **Business Intelligence:**

Verfahren und Prozesse zur systematischen Sammlung, Auswertung und Darstellung von Daten, um bessere operative oder strategische Entscheidungen zu ermöglichen; **firmeninterne** Daten und Analysen.

# Funktionen der Wettbewerbsanalyse

## Ziele der Wettbewerbsanalyse



# Funktionen der Wettbewerbsanalyse

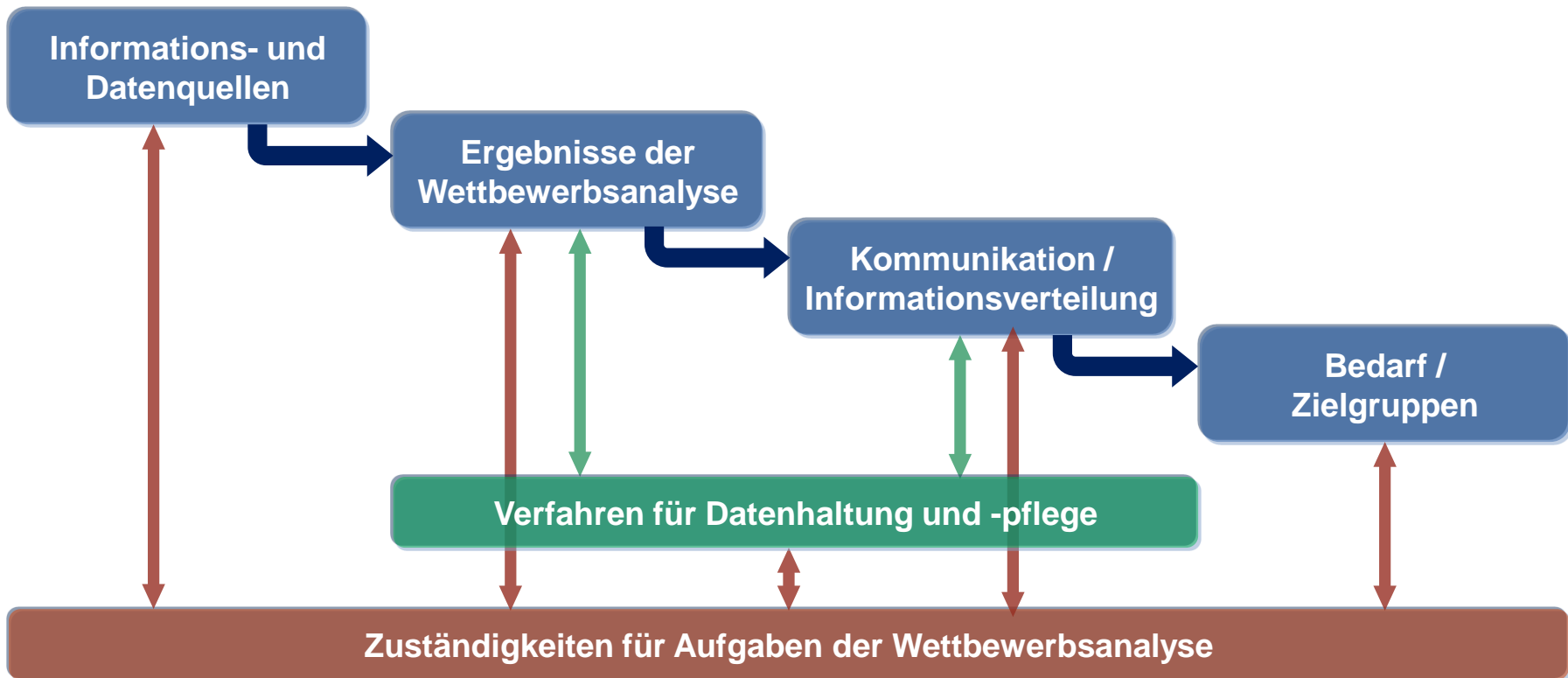
## Methoden und Tools der Wettbewerbsanalyse

Nr.	Name	Link
CI-01	<u>Industrieanalyse</u>	<a href="http://tinyurl.com/73dhxa2">http://tinyurl.com/73dhxa2</a>
CI-02	<u>Strategischer Wettbewerbsvergleich</u>	<a href="http://tinyurl.com/8ab5ppw">http://tinyurl.com/8ab5ppw</a>
CI-03	<u>Performance-Vergleich</u>	<a href="http://tinyurl.com/7n5szv4">http://tinyurl.com/7n5szv4</a>
CI-04	<u>Wettbewerberprofil - einseitig</u>	<a href="http://tinyurl.com/6m2hyqa">http://tinyurl.com/6m2hyqa</a>
CI-05	<u>Wettbewerberprofil - standard</u>	<a href="http://tinyurl.com/7hz9qz1">http://tinyurl.com/7hz9qz1</a>
CI-06	<u>Produktvergleiche - qualitativ</u>	<a href="http://tinyurl.com/73rqsst">http://tinyurl.com/73rqsst</a>
CI-07	<u>Produktvergleiche – detailliert (QRG)</u>	<a href="http://tinyurl.com/7jtrc2k">http://tinyurl.com/7jtrc2k</a>
CI-08	<u>Produktvergleiche – 1:1 (Battlecards)</u>	<a href="http://tinyurl.com/823uucv">http://tinyurl.com/823uucv</a>
CI-09	<u>Stolperfallen &amp; Attacken</u>	<a href="http://tinyurl.com/6mbvtzv">http://tinyurl.com/6mbvtzv</a>
CI-10	<u>Positionspapiere</u>	<a href="http://tinyurl.com/6pnyj37">http://tinyurl.com/6pnyj37</a>
CI-11	<u>Marktanteilsvergleiche</u>	<a href="http://tinyurl.com/8x3fwvr">http://tinyurl.com/8x3fwvr</a>

# Einführung der Wettbewerbsanalyse

## Prozess der Wettbewerbsanalyse

### Anwendung eines Wettbewerbsanalyse-Systems



# Einführung der Wettbewerbsanalyse

## Vorgehensweise bei der Einführung

<b>1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Kickoff</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Briefing durch Business Development-, Produkt- oder Marketing-Manager</li> <li>● Bestandsaufnahme der aktuell verwendeten Wettbewerbsinformationen</li> <li>● Erörterung des Bedarfs an Daten und Informationen über die Konkurrenz</li> </ul> </li> </ul>	Workshop 0.5 – 1 Tag
<b>2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Ergebnisse der Wettbewerbsanalyse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Konkrete Festlegung von Zielgruppen und Bedarf</li> <li>● Definition von Inhalten und Formaten der Ergebnisse</li> <li>● Konzeption von Verfahren für Erhebung, Analyse und Aufbereitung</li> </ul> </li> </ul>	Analyse, Konzeption Teamarbeit, evtl. Workshop je nach Umfang 10 – 15 Tage
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Datenhaltung und Informationsverteilung - Konzeption</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Definition der Anforderungen an Datenhaltung und -verteilung</li> <li>● Konzeption von Verfahren für Datenhaltung und Pflege</li> <li>● Konzeption von Verfahren für die effiziente Verteilung der Informationen</li> </ul> </li> </ul>	Analyse, Konzeption Teamarbeit, evtl. Workshop je nach Umfang 15 – 20 Tage
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Datenhaltung und Informationsverteilung - Implementierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Implementierung der Verfahren für Datenhaltung und Pflege.</li> <li>● Implementierung der Verfahren für die Informationsverteilung</li> <li>● Test und Pilotbetrieb der Verfahren</li> </ul> </li> </ul>	Realisierung, Coaching Beauftragung IT je nach Umfang 2 – 6 Mon.
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Review und Update</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Review der Erfahrungen aus Pilotbetrieb</li> <li>● Erörterung notwendiger Verbesserungen, Anpassungen, Änderungen</li> <li>● Entscheidung über Vorgehen beim Update des CI-Prozesses</li> </ul> </li> </ul>	Review Workshop 1 Tag

**Dieser Service ist gut kombinierbar mit:**

- ❖ Firmenprofile
- ❖ Produktvergleiche
- ❖ Competitive Attack-Programme
- ❖ Wettbewerber-Marktanteile

**Eine umfassende Präsentation zur Wettbewerbsanalyse mit ausführlichen Erläuterungen der Konzepte und vielen Beispielen aus der Praxis erhalten Sie auf Anfrage.**

**Bitte verwenden Sie hierzu das Kontaktformular unter <http://www.strategie-und-planung.de/kontakt.html>**

***Hinweis:*** Die umfassende Präsentation ist kostenpflichtig, da sie wegen ihrer Vielzahl an Informationen, Beispielen, etc. einen erheblichen Mehrwert besitzt. Die aktuellen Preise der Dokumentation entnehmen Sie bitte der folgenden Seite:  
**[http://www.strategie-und-planung.de/mediapool/92/922449/data/Preise/preisliste\\_prezo.pdf](http://www.strategie-und-planung.de/mediapool/92/922449/data/Preise/preisliste_prezo.pdf)**



## Winfried Kempfle Marketing Services

Thanner Strasse 39  
83607 Holzkirchen

Telefon: +49 1525 - 31 82 499  
Fax: +49 8024 - 99 34 11

E-Mail: [services@strategie-und-planung.de](mailto:services@strategie-und-planung.de)

Kontaktformular: <http://www.strategie-und-planung.de/trainings.html>