

Методика анализа конкурентов

1. Основные компоненты анализа конкурентов
2. Карта стратегических групп
3. Ключевые факторы успеха

Методика анализа конкурентов

- Тщательный анализ конкурента необходим для получения ответов на следующие вопросы:
 - кого мы должны выбрать в качестве объекта для борьбы в отрасли и какова должна быть последовательность действий?
 - Каково значение стратегических действий данного конкурента и насколько серьезно нам следует его воспринимать?
 - Чего следует избегать, чтобы не вызвать эмоциональной и резкой реакции конкурента?

Основные компоненты анализа конкурентов

- Анализ конкурентов состоит из четырех диагностических компонентов:
 - **будущих целей**
 - **текущей стратегии**
 - **представлений и**
 - **потенциальных возможностей.**

Стратегические группы

- Компании принадлежат к одной стратегической группе, если имеют две и более общих конкурентных характеристик. Например,
 - Продаются в одной ценовой/качественной группе
 - Работают в одном географическом регионе
 - Одинаково вертикально интегрированы
 - Имеют одинаковый ассортимент продукции
 - Используют одинаковые типы каналов распределения
 - Предлагают клиентам один тип услуг
 - Используют одинаковые технологические подходы

Составляющие целей и стратегий конкурентов

<i>Уровень конкуренции</i>	<i>Стратегическое намерение</i>	<i>Цели по Доли рынка</i>	<i>Конкурентная позиция</i>	<i>Стратегический характер</i>	<i>Конкурентная стратегия</i>
Местная	Доминировать	Агрессивная экспансия посредством покупки и внутреннего роста	усиливается	агрессивный	Стремиться к превосходству по затратам
Региональная	Быть лидером отрасли		крепкая	Предпочитает защиту	Акцент на рыночной нише
Национальная	Быть одним из лидеров отрасли	Экспансия посредством внутреннего роста	Находится в середине по устойчивости	Комбинация агрессивных и защитных действий	Следует стратегии дифференциации и по:
Международная	Выйти в 10 лучших	Удерживать имеющуюся долю	То усиливается, то ослабляется	Агрессивно идет на риск	-Качеству -Услугам -Технологическому превосходству -Ассортименту
Глобальная	Постепенное повышение рейтинга	Отказаться от имеющейся доли рынка ради краткосрочной прибыли	Слабая, теряет позиции	Консервативная позиция	Большая ценность за те же деньги -Др.
	Сохранить существующую позицию		Занимает позицию, которую легко защитить		
	Выжить				

Ключевые факторы успеха

- Три вопроса, позволяющие определить ключевые факторы успеха в отрасли:
 - На какой основе потребители выбирают между конкурирующими брендами товаров?
 - Какими ресурсами и конкурентными возможностями должен обладать продавец, чтобы добиться успеха в конкурентной борьбе?
 - Что необходимо сделать, чтобы добиться прочного конкурентного преимущества?

Обычно ключевые факторы успеха – это 3-5 наиболее важных элемента, определяющих финансовый и конкурентный успех в данной отрасли.

Ключевые факторы успеха

Технологические факторы	Научно-исследовательский опыт, возможности внедрения новых товаров/технологий, возможности использования Интернета для ведения бизнеса
Производственные факторы	Низкие затраты, качество, высокое использование мощностей, выгодное географическое положение, дешевая рабочая сила, эффективный дизайн, гибкость в возможности увеличивать ассортимент
Факторы распределения	Сильная сеть оптовиков, лучшее место на полках розничных торговцев, наличие собственной торговой сети, низкие затраты распределения, быстрая доставка
Маркетинговые факторы	Быстрая, точная техническая поддержка, хорошее обслуживание, аккуратное заполнение форм заказа, широкий ассортимент, гарантийное обслуживание, умная реклама
Навыки	Талантливый штат, контроль качества, отличный дизайн, знания определенной технологии, возможность разработки новой продукции, возможность быстрого введения нового товара на рынок
Организационные факторы	Превосходная информационная система, возможность быстрого реагирования на условия рынка, возможность использования Интернета для ведения бизнеса, большой опыт в разработке ноу-хау в управлении и организации работы
Разное	Имидж, репутация, общие низкие затраты, удобное местоположение, вежливый персонал, выход к дополнительному финансированию, наличие патентов