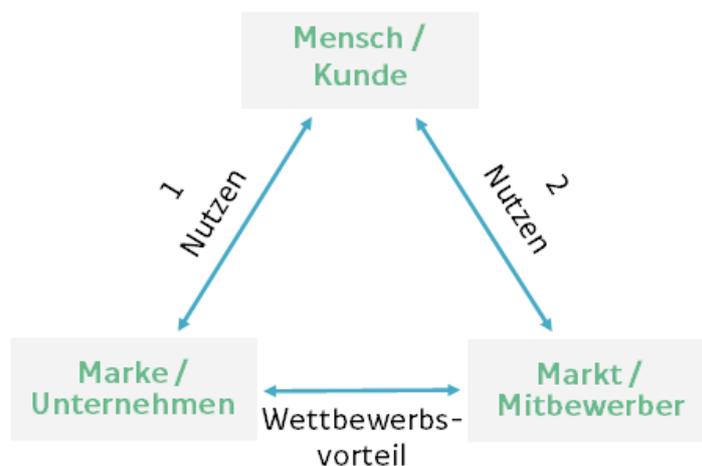


Marketinganalyse

Strategisches Dreieck

Das strategische Dreieck ist ein Analyse Instrument, womit Sie aufzeigen können inwiefern Sie sich von Ihren Mitbewerberinnen und Mitbewerbern abheben. Welche Wettbewerbsvorteile zeichnen Sie aus? Dieses Analyse-Instrument ergänzt die Wettbewerbsstrategie von Porter optimal.

Welchen Nutzen (Mehrwert) bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden im Vergleich zu den anderen Marktteilnehmern? Warum soll ein Kunde oder eine Kundin Ihnen den Auftrag erteilen und nicht einem Mitbewerber oder eine Mitbewerberin? Was macht es aus, dass Ihre Kunden und Kundinnen gerne wieder zu Ihnen kommen? Diese und weitere Fragen zur Differenzierung Ihres Unternehmens, sind die Basis für die unternehmerische Weiterentwicklung und Ihren Erfolg.



1. Beschreiben Sie die eigene Marke

Was macht Ihr Unternehmen /Ihre Marke aus. Dies können Aspekte aus dem folgenden Katalog sein:

- Besonders Design/Style
- Bekannte Marke
- Herausragende Qualität
- Top Service/Dienstleistung
- Spezial-Wissen
- Einzigartige Beratung
- ...

2. Beschreiben Sie die Mitbewerber / den Markt

Für die Beschreibung der Mitbewerber:innen arbeiten Sie mit den gleichen Argumenten für das eigene Unternehmen. Dabei betrachten wir die relevanten Mitbewerber:innen gesamthaft als Gruppe.

3. Beschreiben Sie die Menschen, die Ihr Produkt kaufen (potenziellen Kunden)

Kundinnen und Kunden haben Bedürfnisse, welche sie gerne befrieden möchten. Beschreiben Sie diese klar und verständlich. Denken Sie dabei auch an das eigene Angebot.

4. Nutzen

In einem nächsten Schritt definieren Sie das Herzstück der Analyse. Welchen Nutzen respektive Mehrwert bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden, damit diese bei Ihnen kaufen. (Nutzen 1).

Welcher Nutzen bieten die Mitbewerber/der Markt den Kundinnen und Kunden? (Nutzen2)

Wir haben immer Mitbewerber, die etwas anders machen als wir und damit Kunden zu sich ziehen, das ist normal. Doch sollten wir mit unserer eigenen Marke uns so stark von den Mitbewerbern differenzieren, dass ein Kunde ein guter Grund hat bei uns zu kaufen und uns dadurch Wettbewerbsvorteile erarbeiten. (Wettbewerbsvorteile).

Durch das Ausfüllen des «Strategischen Dreiecks» erkennen Sie, ob Sie sich wirkungsvoll von Ihren Mitbewerbern abheben. Allenfalls zeigt es Ihnen auch auf, dass Sie sehr ähnlich sind, und dem Kunden den Entscheid für Sie daher schwer machen. Bessern Sie in diesem Fall nach und überlegen Sie sich, wie Sie Ihr eigenes Angebot spezifischer auf Ihre Kunden anpassen können, Worin sind Sie besonders gut und können sich damit vom Marktumfeld abheben? Hierbei geht es nicht um leere Worte, sondern um das, was Sie auch wirklich tun können und wollen!

Denken Sie daran, «everybody's darling, is nobody's friend»
Sie müssen nicht von allen geliebt werden. Doch Sie müssen so viele Kunden von sich überzeugen und begeistern können, dass Sie davon leben können.

Imsee Coaching & Consulting - Unternehmensberatung für KMU.