

Analisi dei competitor cos'è? Come e perché farla?



L'analisi dei competitor è un'attività fondamentale per qualsiasi azienda.

Consiste nello studiare la concorrenza per comprenderne le strategie di vendita, di marketing e analizzare il loro prodotto. L'obiettivo è poi quello di fare meglio di loro e in questa guida scoprirai come farlo.

COS'È L'ANALISI DEI COMPETITOR

L'analisi dei competitor è un'attività che ti fornisce un quadro chiaro dei tuoi diretti concorrenti presenti sul mercato, con i relativi prodotti, tecniche di vendita e strategie di marketing.

Prima di tutto una precisazione importante: i tuoi concorrenti non sono semplicemente chi sta vendendo o offrendo il tuo stesso servizio. Ci sono 2 principali tipologie di competitor:

Competitor diretti: chi sta vendendo il tuo stesso prodotto o servizio.

Competitor indiretti: chi sta offrendo al tuo stesso target una soluzione diversa e differente, si parla di prodotti sostitutivi che soddisfano lo stesso bisogno del tuo target.



Dove li trovo quindi 'sti competitor?" Tutto parte (l'avrai immaginato o anche già fatto) da una ricerca nei principali motori di ricerca:

Google
Amazon
Youtube
Facebook(pagine e gruppi)
instagram
tiktok
Etsy
Miss hobby
Ecc ecc..

Cerca di capire, per poi tu fare meglio(non copiare):
Come comunicano
Capire i loro punti di forza
Capire i loro punti deboli
Capire di cosa si lamentano i clienti... ...e cosa apprezzano
Studiare a fondo i prodotti e servizi che vendono, dal pricing ai risultati effettivi e qualitativi di ciò che vendono.

Sono sicura che analizzando i competitor avrai già avuto dozzine di lampadine che si sono accese nella tua testa per migliorare il tuo business, magari idee sul target, sullo sfruttare un punto debole dei concorrenti, un preciso angolo di attacco piuttosto che una sotto-nicchia specifica del mercato su cui puntare ecc ecc.

PERCHÈ FARE L'ANALISI DEI COMPETITOR

Tutte le attività dovrebbero fare un'analisi dei competitor perché fornisce una serie di informazioni qualitative e quantitative da cui attingere per prendere le future scelte di business.

Inoltre, conoscere i tuoi competitor ti aiuterà a vestire i panni del cliente, a comprendere i suoi processi decisionali nella fase d'acquisto e a capire come comunicare il tuo prodotto/servizio con efficacia.

Studiare la concorrenza ti darà spunti creativi per il tuo business.

C'è qualcosa che i tuoi competitor non fanno? Come puoi migliorare il tuo prodotto/servizio?

Vorrei concludere con una citazione che trovo molto illuminante

Se conosci il nemico e te stesso,
la tua vittoria è sicura. Se
conosci te stesso ma non il
nemico, le tue probabilità di
vincere e perdere sono uguali. Se
non conosci il nemico e nemmeno
te stesso, soccomberai in ogni
battaglia