

## Analisi della concorrenza

Lo sviluppo di una nuova strategia passa anche e soprattutto attraverso l'analisi dei concorrenti diretti ed indiretti, di quelli effettivi e potenziali.

Con il presente modulo "Analisi della concorrenza" non si individuano soltanto i concorrenti, ma attraverso l'identificazione della clientela si analizzano i loro punti di forza e il modo in cui questi vengono sfruttati.

Dopo un'analisi dell'offerta e del processo di vendita, è possibile stabilire quale sia il posizionamento ottimale all'interno del contesto competitivo analizzato e quindi sviluppare la strategia migliore alla luce dell'analisi effettuata.

### Metodologia d'indagine

#### 1. Identificazione della concorrenza

*Vengono definiti il perimetro entro cui si situa il cliente e la sua concorrenza: in particolare si individua la concorrenza diretta ed indiretta, nonché la concorrenza effettiva e potenziale; inoltre vengono identificati le innovazioni dei prodotti, i brevetti e i marchi. Al termine di questa analisi si giunge ad una caratterizzazione dei concorrenti.*

#### 2. Analisi della clientela e valore per il cliente

*Per una completa analisi della concorrenza si identificano le caratteristiche della clientela: se ne analizzano le necessità e il modo in cui esse vengono soddisfatte, attraverso varie tipologie di modelli di business.*

#### 3. Analisi dell'offerta

*In questa fase vengono effettuate analisi dell'ampiezza e profondità di gamma, della strategia di concorrenza sui canali e del posizionamento sui motori di ricerca.*

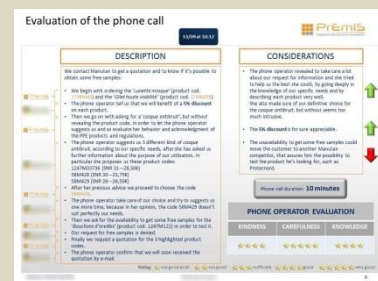
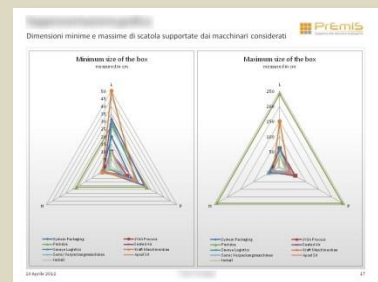
#### 4. Benchmark qualità servizio e prezzi

*Sia in ambito B2C che B2B si analizza in dettaglio il processo di vendita valutandone la qualità del servizio offerto, i prezzi e le promozioni per sintetizzare l'importante posizionamento di prezzo e le logiche commerciali.*

#### 5. Posizionamento competitivo

*Le indicazioni operative vengono suggerite attraverso l'uso di mappe di posizionamento competitivo nel perimetro analizzato.*

Per richiedere informazioni:  
Daniela Villa – Responsabile Comunicazione  
info@premis.it - 039 93 60 154



Possibilità di presentare lo studio in lingua inglese, francese