

Анализ конкурентов

Если ты запускаешь бизнес, то анализ конкурентов поможет тебе спроектировать твой продукт, правильно его упаковать и совершать первые продажи.

Если у тебя уже есть бизнес и ты хочешь его масштабировать, то анализируй в качестве конкурентов тех, кто уже делает результат, к которому ты стремишься. Это позволит тебе выявить правильную стратегию и шаги.

Кого считать конкурентом?

Есть 3 типа компаний, которые тебе нужно будет анализировать.

- 1.Международные игроки
- 2.Республиканские игроки
- 3.Областные/городские игроки

Анализ конкурентов

Что узнать о конкурентах?

Ваша главная задача – выявить сильные и слабые стороны конкурентов и составить представление о своем продукте и стратегиях продажи.



Анализ конкурентов. Что узнать о конкурентах?

Продукт – что именно продают. Что есть внутри квартиры и как выглядит квартира. Сколько комнатные квартиры больше сдаются.

Средний чек – на какую сумму в среднем продают.

Выручка – сумма денежных средств, которая поступает в компанию от клиентов.

Канал продаж – какие источники трафика приводят клиентов в компанию.

Скрипт звонка – схема разговора, по которой менеджер компании общается с клиентом.

Обработка возражений – заранее подготовленные ответы на заранее сформулированные основные причины отказа потенциальных клиентов.

Ваши конкуренты уже поработали за вас и изучили рынок. Так воспользуйтесь их наработками, чтобы облегчить себе работу в этой нише.