

## **Strategie für mehr Marktanteile für Firma X: Die Markt- und Wettbewerbsbeobachtung**

---

Zur Zeit besteht bei Firma X keine strukturierte Wettbewerbsbeobachtung, die zur Einschätzung von Marktposition, Trends und Marktentwicklung und auch Akquisitionspotenzial dienen kann. Ziel von Wettbewerbsanalysen & -beobachtung ist, mit einfachen Mitteln und geringem Aufwand über ein stets aktuelles Werkzeug für strategische Entscheidungshilfen zu verfügen.

### **I Wettbewerbsanalyse als Eckpfeiler zur Strategieplanung**

Für alle Planungen, die in den Markt zielen, ist das Wissen um den Wettbewerb und dessen voraussichtliche Aktionen und Reaktionen von existenzieller Bedeutung. Zur Umsetzung der Wachstumsstrategie der Firma X ist neben organischem Wachstum und gezielter Segmentförderung auch die potenzielle Akquisition eines Marktbegleiters notwendig. Es müssen detaillierte Informationen strukturiert und zeitnah zur Verfügung stehen, um die Kriterien zur Entscheidungsfindung für die Gesellschafter und den Beirat aufbereiten zu können.

Daher ist beabsichtigt mit Hilfe eines intuitiv einfachen und günstigen software-gestützten Systems Daten zu sammeln, zu ordnen und auszuwerten (WettBEO).

#### **Ziele sind beispielsweise:**

- Einfach und günstig den Wettbewerb einschätzen.
- Schneller Zugriff auf Wettbewerbsdaten im Vertriebs-Alltag.
- Unverzichtbare Informationen zur Strategieplanung sind abrufbar.
- Kostenintensive Fehlentscheidungen aufgrund zeitnaher Kenntnisse werden vermieden.
- Vorausschauend sind Wettbewerbsaktivitäten und Reaktionen erkennbar.
- Trends, Profile, Entwicklungen werden durch Orientierungsdaten deutlich.
- Stärken und Schwächen (SWOT) werden sichtbar – auch die eigenen.
- Das eigene Marktbild / Auftreten im Markt wird verbessert.
- Wettbewerber definieren, auflisten, einordnen.
- Beobachtungskriterien und Produktrahmen / -namen festlegen.

### **II Zur Umsetzung der WettBEO**

- Zusammenarbeit mit Experten für Marketing, IT und Internet-Anwendungen
- Input durch Marketingunternehmen und Firma X
- Output und Nutzung nur durch eingeschränkten Management-Kreis
- Regelmäßige Berichte über Auffälligkeiten

#### **Diese System-Voraussetzungen sollen erfüllt werden:**

- Das Format ist eine intelligente Meta-Suchmaschine, die von überall ansteuerbar ist, also auch mobil, 7/24 – rund um die Uhr einsatzbereit
- Tiefgreifende Durchforstung der relevanten Netze gemäß Merkmalen und Suchkriterien
- Sammeln aller Wettbewerbs-Infos gemäß definierter Suchkriterien und Themen

**INPUT für WettBEO sollte diese Merkmale berücksichtigen.**

(Merkmale und Schwerpunkte sind jederzeit erweiterbar, änderbar. Input / Content bedeutet:

Alle Dokumentenformate und beliebige URLs / Links):

a) Unternehmensmerkmale:

- Kontaktdaten, Impressum, Gesellschafter, Geschäftsführer
- Größe, Umsatz, Mitarbeiter
- Tochterunternehmen, Beteiligungen, Partner
- Unternehmensziele, Business Focus
- Geschäftsführer, Führungsstruktur

b) Marktmerkmale:

- Marktanteile, Regionen, Branchen
- Marktpositionen aller Anbieter (Auswertung Statistik)
- Zielmärkte, Branchen, Anwendungen
- Marketing-Aktivitäten (Messen, TV, Internet, Specials usw.)

c) Produktmerkmale:

- Preisverhalten
- Qualität, Zuverlässigkeit, Technischer Level
- Argumentation, USP (Einzigartiger Verkaufsvorteil), Alleinstellungsmerkmale
- Vielfalt, Programm, Sortiment
- Neue Produkte, Entwicklungen

d) Vertrieb / Service:

- Vertriebsstruktur (Eigenvertrieb, Vertreter, Händler, Partner, Internet, Shops),
- Niederlassungen, Regionen, Service-Stationen,
- Großkunden, indirekte Markt-Channels, Zulieferer

e) Informationsquellen extern:

- Internet
- Verband-Infos
- Statistiken
- Veröffentlichte Bilanzen
- Messeauftritte
- Kreditversicherer
- Medien

f) Informationsquellen intern:

- Einschätzungen (Verkäufer, Vertreter, Händler, Kunden)
- Besuchsberichte
- Messeberichte
- SAP / EDV Auswertungen Firma X

**Output durch WettBEO ähnelt dem Aufruf in Google.**

Ein Klick auf ein Ergebnis führt zu den Dokumenten oder öffnet Links. Zusätzlich assistiert ein Themen-Archiv mit prominenten Themen: Ein Klick ruft die relevanten Dokumente und Links auf. – Die Analyse zur Markt- und Wettbewerbsbeobachtung hat begonnen. Basisdaten zur Interpretation und Bewertung sind im Zugriff.

Die Struktur der Wettbewerbsbeobachtung folgt der Strategie, Erkenntnisse über Stärken und Schwächen (SWOT) Strength / Weakness / Opportunities / Threats systematisch frei zu legen, diese mit den eigenen Unternehmensdaten zu vergleichen und als Ressourcen operabel zu machen (siehe "vermiedener Verlust" / "entgangener Gewinn"). Es ist Strategisches Controlling zur Entscheidungshilfe für die GL. Besonders im Marketing dient SWOT der Erkennung der eigenen Marktposition und Marktpotentiale.

**1. Die Dokumentensammlung**  
bezeichnet die Festlegung  
"Was will ich vom Wettbewerber  
beobachten"

**Das Besondere:**

- Zentrale Dokumentensammlung der Wettbewerbsdaten als auch der eigenen Unternehmensdaten in SoFIND.
- Auch Auswertungen / Zwischenauswertungen gelangen in die Dokumentensammlung.
- Gegenstand der Dokumentensammlung sind die unten aufgeführten Kategorien / Merkmale in den Gruppierungen a) - f).
- Empfehlenswert ist die schriftliche Priorisierung der Gruppierungen / Merkmale, sowohl in zeitlicher als auch strategischer Sicht (z.B. Umsatz, DB, Marktposition, usw.).
- Zusätzliche zentrale digitale Kennzeichnung / Merkmale.

Infos / Content z.B.  
Siehe Gruppierungen a) - f).

Gruppierungen / Merkmale sind beliebig erweiterbar oder auch zu verkürzen (siehe Priorisierung).

**2. Formulare**  
Die strenge Einordnung in "Formulare" sind als essentielle wissenswerte Merkmale zu interpretieren. Formate sind beliebig.

**Das Besondere:**

- Die Auswertung der Formulare / Merkmale ermöglicht Mustererkennung, Auswertung, Gewichtung, Analysen.
- Unverzichtbar sind Zählbarkeit bzw. Messbarkeit.
- Voraussetzung hierfür ist die Vergleichbarkeit .
- Werden Qualitäten festgestellt, die über die Quantifizierung hinausgehen (z.B. Vertriebswege), sind diese als Merkmale herauszuheben.
- Über "Anwendungen" / "Branchensegmente" / Branchenanwendungen ("Märkte" / "Produkte"), die bereits beim Wettbewerb detailliert existieren, kann ein großes Maß an Vergleichbarkeit hergestellt werden.

Infos / Content z.B.  
Siehe Gruppierungen a) - f).

Gruppierungen / Merkmale sind beliebig erweiterbar oder auch zu verkürzen (siehe Priorisierung).  
Beispielhaft sind Aufträge / Auftragsformulare.

### 3. Eigene Unternehmensdaten

Die eigenen Unternehmensdaten bilden die Grundlage und den Bezug zur Wettbewerbsbeobachtung. Die Auswertungen bilden einen andauernden Prozess, keinesfalls "einmalig" und auch nicht statisch.

#### Das Besondere:

- Die Herstellung von Vergleichbarkeit zu Wettbewerbsdaten ist unverzichtbar.
- z.B. liefern VIS Daten ständig verlässliche Basisdaten (Aktualisierung) und sind permanent verfügbar.
- Auswertungen und Interpretationen fließen ständig in die Dokumentensammlung mit ein.

Infos / Content z.B.  
Siehe Gruppierungen a) - f).

Gruppierungen / Merkmale sind beliebig erweiterbar oder auch zu verkürzen (siehe Priorisierung).

### 4. Abfragen & Auswertungen

Festlegung von Zugriffsberechtigungen.

#### Das Besondere:

- Die Suchmaschine SoFIND ist ständig und von überall im Zugriff.
- Die einfache intuitive Handhabung, analog Google.
- Zusätzliche Themenbox verschafft schnellen Zugriff und Übersicht.
- Zügige Realisierung, WettBEO wächst ständig mit.

Infos / Content z.B.  
Siehe SoFIND, siehe Test-Maschine.

### Nachfolgende Kernfragen begleiten den Entscheider ständig:

- Sind gewisse Risiken abwendbar?
- Auf welche Gefahren dürfen wir uns nicht einlassen?
- Stärken eignen sich besonders zur Chancenrealisierung!
- In WettBEO und Eigenanalyse müssen Aufgaben festgeschrieben werden (siehe Chancenmanagement)!
- Nicht jeder Wettbewerbsvorteil kann im eigenen Unternehmen realisiert werden!
- Die SWOT-Analyse an sich ist keine Strategie. Erst die Ableitung in konkrete Aktionen wird in der Strategie festgeschrieben.

Die Analyse zur Markt- und Wettbewerbsbeobachtung kann sofort beginnen. Sowohl Basisdaten als auch Interpretationen / Auswertungen sind im direkten Zugriff. Mit wenigen Schritten und Maßnahmen kann das Management in Kürze über Entscheidungskriterien verfügen.

G. Reymann