

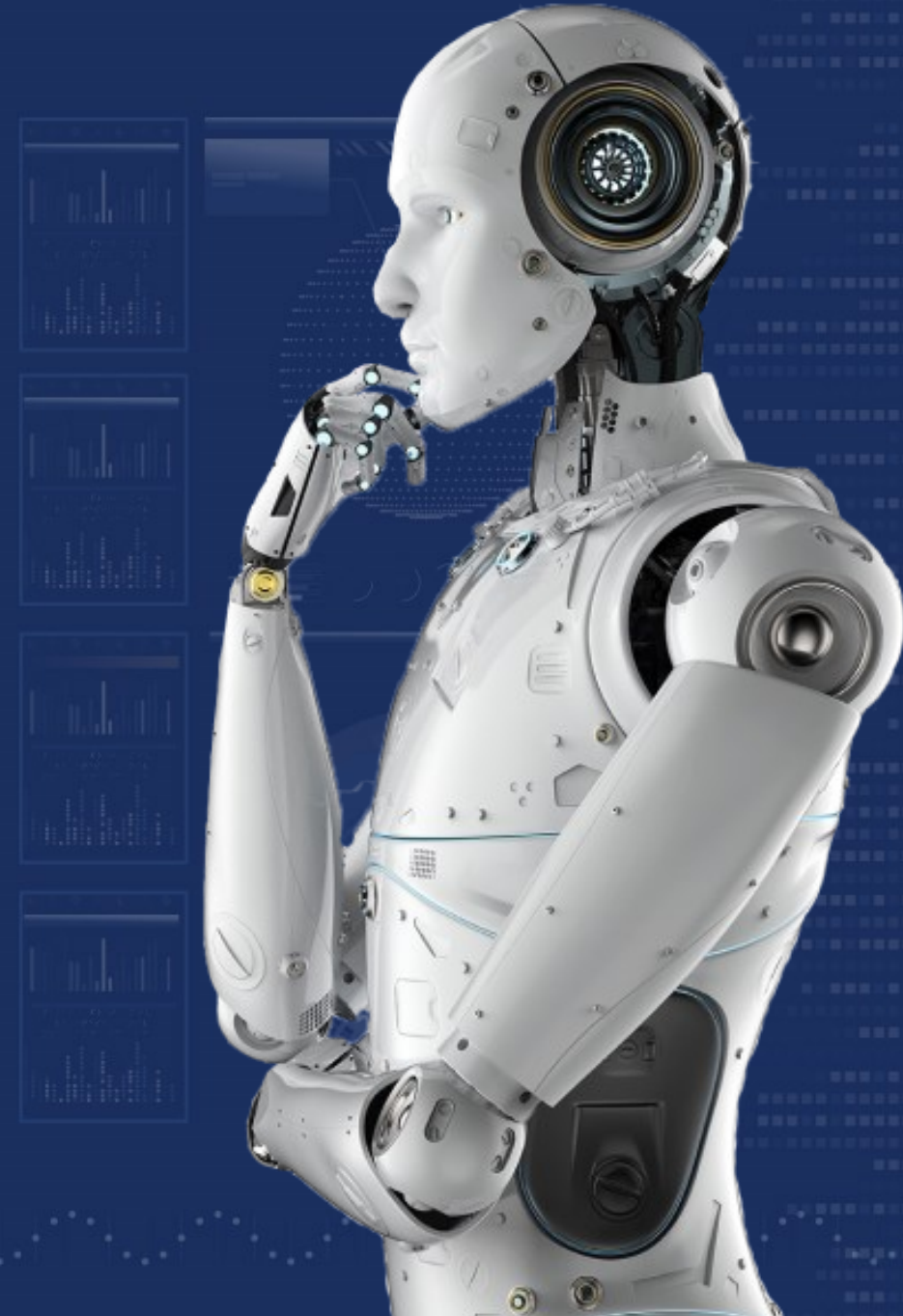
# Подходы и инструменты для проведения конкурентного анализа

1 марта 2023 г.

**Василий Рудоманов**

специально для

ARTIFICIAL INTELLIGENCE АКСЕЛЕРАТОР <https://innoaccelai.ru>



- **Конкурентный анализ в стратегическом планировании**
- **Примеры хорошего и плохого конкурентного анализа**
- **Как отличаться от конкурентов**
- **Источники и инструменты для сбора информации**
- **Как использовать полученную информацию**
- **Методы атаки на конкурентов**
- **Рекомендованная литература**
  
- **Обзор проектов**

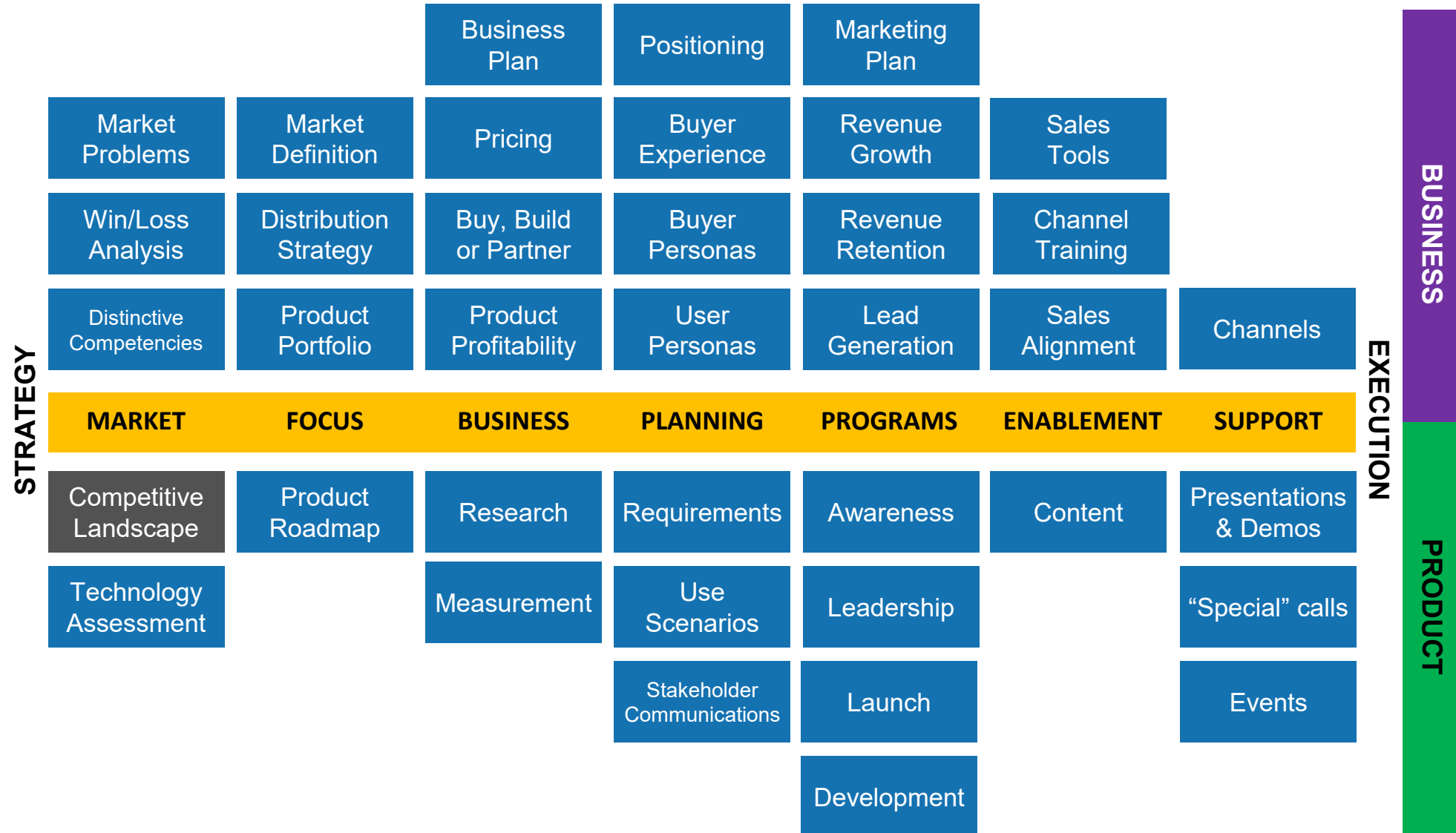
# Василий Рудоманов

Product Director @ Chainstack (Singapore)



- 7 лет в продакт-менеджменте и разработке софта
- 12 лет в SaaS и Cloud технологиях, 23 года в ИТ
- SIT, Acronis, Rostelecom, Netcracker, I-teco, Tieto
- Автор курса и книги про продакт-менеджмент:  
<https://www.productdevelopment.tech>
- Ментор: Физтех.Союз, Спроси VC, GetMentor.dev, it-kadr.ru, innoaccelai

# Фреймворк управления продуктом



# Плохой пример конкурентного анализа

	Navime	M.GO	Едалов	MediaMarkt	Картография	Smartcart
Точность	5	3	5	5	2	4
Конструктор локации	5	0	0	0	0	0
Построения маршрута	5	5	5	5	2	5
Экономия батареек	4	2	5	2	5	4
2D план здания	5	5	5	5	5	5
AR	5	5	5	0	0	0
Кол-во скачиваний	0	4	4	4	2	5
Стоимость	3	3	3	1	5	1
Поддержка в год	3	3	3	4	5	4
Простота внедрения	5	3	2	3	5	3
Есть в РФ	5	5	5	5	5	0
<b>Итого:</b>	<b>45</b>	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>31</b>

# Хороший пример конкурентного анализа

Шкала оценки от 0-5		0-1	2-3	4-5	Надо связаться с конкурентом, уточнить			
		ЭкоСнеки	Vegarden	Sporty snacks	Зожики	snack_in_pack	Frutley	ДоброЛавка
Ассортимент	Ширина ассортимента	3	2	4	4	4	3	1
	Наличие готовых сетов	4	1	2	2	3	0	0
	Собери сет сам	3	0	1	0	0	0	0
Свойства продукта	Качество	3	2	3	2	0	4	0
	Гарантия качества	0	0	0	0	0	3	0
	Цена	2	4	1	1	3	0	3
	Упаковка	3	2	2	2	4	4	3
	Сертификаты	5	5	5	5	0	5	0
	Подарочное оформление	2	0	4	4	2	2	0
Стратегия	ЦА	3	2	1	4	3	5	2
	Связь магазина с потребителем	2	2	2	2	3	2	1
	Точки продаж	3	2	2	1	2	4	1
	Слоган	0	2	1	2	2	0	4
	Логотип	2	4	2	3	4	3	4
	Личный бренд	5	0	1	0	1	0	0
	История бренда	5	1	2	0	0	0	0
	Дополнительные сильные стороны	2	0	1	1	0	4	0
	Подарочные сертификаты	0	0	2	3	0	0	0
	Лояльность	1	4	2	1	0	4	0
	Сайт	2	3	3	2	0	4	4
	Instagram	3	3	2	2	3	0	1
	ИТОГО	53	39	43	41	34	47	24



1. Определить рынок через сегментирование
  2. Собрать данные на конкурентов
  3. Проанализировать функционал
  4. Цена и бизнес-модель
  5. Качество и позиционирование
  6. Партнеры и каналы распространения
  7. Уникальные преимущества
  8. Чем вы будете отличаться от них
  9. Выбор стратегии атаки
-



# 1. Определить рынок через сегментирование



## granular segmentation

The more granular we are in segmentation, the greater the opportunity to seize significant market share.

Ваша цель: достигнуть 25% рыночной доли в течении 12 месяцев

## 2. Собрать данные на конкурентов

Отраслевые каталоги:

<https://www.similarweb.com/>

<https://www.crunchbase.com/>

<https://craft.co/>

<https://www.g2.com/>

<https://www.capterra.com/>

<https://www.owler.com/>

- Посещаемость сайта
- Количество сотрудников (+LinkedIn)
- Рейтинг компании (среди индустрии)
- География
- Список конкурентов
- Привлеченные инвестиции (раунды, суммы)
- Рыночная капитализация
- Основатели и совет директоров
- Выручка компании
- Слияния и поглощения
- Продукты, функционал и цены
- Отзывы пользователей
- Количество пользователей в соцсетях



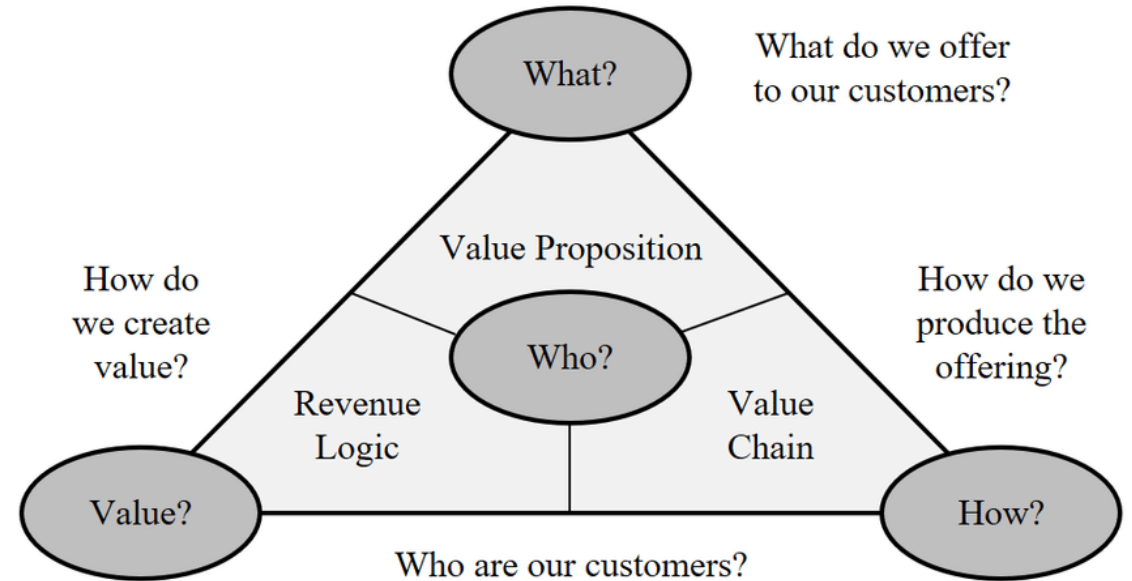
# 3. Проанализировать функционал

Competitive Analysis						
Product Feature Categories & Leaders	Your Product	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3	Competitor 4	Competitor 5
<b>Mobile App</b>						
Registration	Standard	Standard	Fair	Standard	Standard	Standard
UX	Standard	Standard	Standard	Best	Fair	Fair
Performance	Fair	Standard	Fair	Standard	Best	Standard
Share	Standard	Fair	Best	Fair	Standard	Best
Resource consumption	Best	Best	Standard	Standard	Best	Standard
<b>Mobile App Leader:</b>					Competitor 4	
<b>Web-site</b>						
Registration	Fair	Standard	Fair	Fair	Standard	Standard
UX	Standard	Fair	Standard	Best	Fair	Fair
eCommerce	Standard	Best	Fair	Standard	Standard	Standard
Integration	Standard	Standard	Best	Fair	Standard	Best
Security	Best	Best	Best	Standard	Best	Standard
<b>Web-site Leader:</b>		Competitor 1				

## 4. Цена и бизнес-модель

### Типичные виды доходов от IT продуктов:

- Лицензия на софт
- Физический товар
- Подписка на услугу или софт
- Встроенная реклама
- Комиссия для партнёров
- Сопровождение и поддержка
- Лицензирование продукта/контента для перепродажи/использования (OEM)



### Условия:

- Скидки, пакеты, сопровождение, поддержка, доп.услуги

## Как определить качество?

1. Самому попробовать (скачать, установить, подписаться, попользоваться)
2. Отзывы клиентов (Glassdoor, Capterra, G2, Reddit, AppStore, Google Play, Google it)

## Зачем делать позиционирование?

- Дифференциация

*<Product> is a <category>, for <segment>, that provides <benefits>. Unlike other offers in the category, <product> does/has <differentiators>."*

*The iPod is a digital music player for everyone who wants to listen to their own music. It can hold 10,000 of your own songs and play them in any order you want. Unlike other music players, it's simple and intuitive to use, and it's connected to Apple's iTunes, giving you instant access to millions of songs, including the latest hits, your favorite classics, and everything in between.*

## Как?

1. Понять всю цепочку создания ценности
2. Понять модель продаж
3. Косвенно понять затраты на маркетинг и продажи

## Зачем?

1. Снижение издержек
2. Дифференциация

## Бизнес – это взаимоотношения

- Минимизируйте свое участие в не основном бизнесе
- Максимально используйте партнеров, которые лучше делают то, на чем они специализируются
- Найдите свое место в глобальной цепочке создания ценности
  
- Конкурент может быть вашим партнером
- Партнеры – ваши проводники
- Партнеры – ваши помощники
- Партнеры – ваши советчики
- Партнеры – ваш фундамент

# 7. Уникальные преимущества

## **Видимые:**

- Цена
- Функционал (фичи)
- Качество (товара, продукта или услуг)
- Позиционирование

## **Невидимые:**

- Бизнес-процессы
- Цена закупки сырья, материала, персонала
- Административные издержки

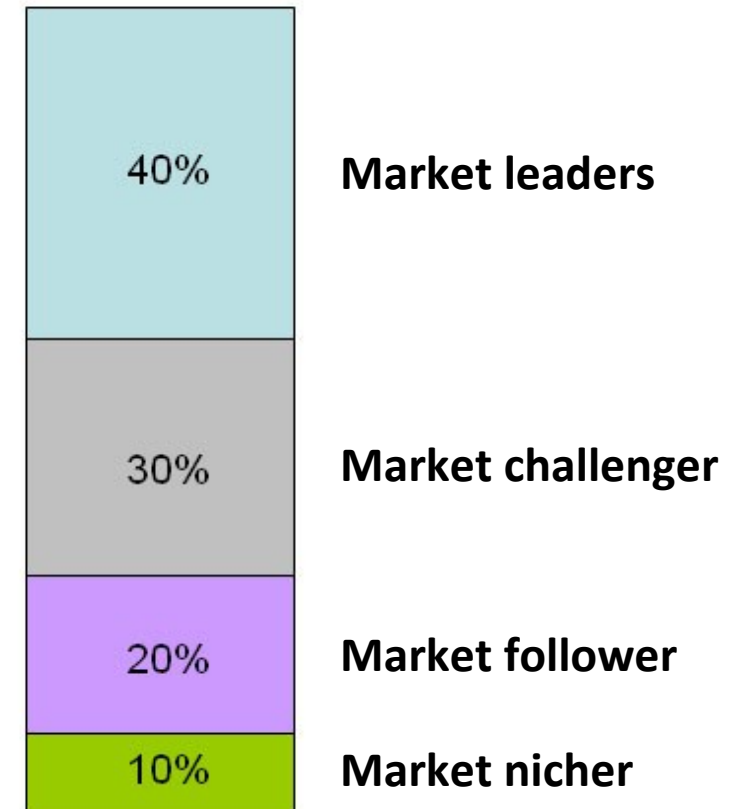
## 8. Чем вы будете отличаться

- Конкуренция по **издержкам**
  - Цена закупки сырья \ услуг
  - Цена продажи
  - Бизнес-модель
  
- Конкуренция по **дифференциации**
  - Фичи
  - Качество
  - Позиционирование



# 9. Выбор стратегии атаки

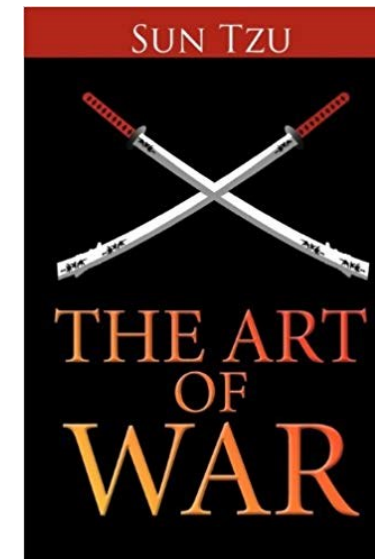
## Competitive Positions



## The Art of War / Искусство войны

Древнекитайский трактат (5 век до нашей эры)

Китайский военный стратег Sun Tzu / Сун Цзы



## Конкурентная стратегия

Бизнес библия по конкурентному анализу

Майкл Портер



Спасибо за внимание

# Василий Рудоманов

## Контакты:

- LinkedIn: [www.linkedin.com/in/vrudomanov/](http://www.linkedin.com/in/vrudomanov/)
- Telegram: <https://t.me/cyberwider>

## Читать и подписаться

- Онлайн-книга по продакт-менеджменту:  
<https://www.productdevelopment.tech>
- Telegram канал о будущем и о технологиях:  
<https://t.me/Futurioo>

