

E-COMMERCE STRATEGIE UND ZIELSETZUNG

Wettbewerbsanalyse



Landsiedel

0

Wettbewerbsanalyse

Einführung

Wettbewerbsanalyse

Einführung

- **Ausgangslage:** GreenTech, ein Spezialist für nachhaltige Energielösungen, stand vor starkem Wettbewerb in einem von großen Firmen dominierten Markt
- **Strategie:** Umsetzung einer umfassenden Wettbewerbsanalyse zur Identifikation von Marktlücken und Analyse der Konkurrenzstrategien
- **Ergebnis:** Anpassung der Unternehmensstrategie, Fokussierung auf Nischenmärkte und Innovation in Produktentwicklung
- **Erfolg:** Verbesserte Marktpositionierung, gesteigerte Sichtbarkeit und Wachstum durch Erschließung neuer Märkte

1

Wettbewerbsanalyse Grundlagen

Wettbewerbsanalyse

Grundlagen

- Strategische Wettbewerbsanalyse (grundlegend für Positionierung im Markt, gleichermaßen bei Eintritt oder Ausbau – Rückschlüsse auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit)
- Operative Wettbewerbsbeobachtung (Monitoring identifizierter Konkurrenten, weitere Recherche, Trendscouting – Rückschlüsse über Vorteile oder Hürden im operativen Geschäft)

Wettbewerbsanalyse

Grundlagen



- Einteilung in die 4 Quadranten
- Challengers, Leaders, Niche Players, Visionaries
- In dem Leaders Quadrant sind die alten Player wie z.B. Magento & SAP, etc.
- Challengers sind z.B. Shopify und BigCommerce

Quelle: <https://codecoda.com/de/blog/entry/best-ecommerce-platforms-2020>

Wettbewerbsanalyse

Grundlagen - Perspektive

- Marktanalyse (allg. und externe Faktoren – das Marktumfeld)
- Konkurrenzanalyse (die konkrete Wettbewerbssituation)

Wettbewerbsanalyse

Grundlagen - Analysebereiche

Markt:

- Größe / Segmente
- Player / Struktur
- Kunden (quantitative und qualitative Merkmale)
- (Ersatz)Produkte
- Umsatzpotenziale
- Regularien
- Trends (auf alle Punkte bezogen)

Wettbewerbsanalyse

Grundlagen - Analysebereiche

Konkurrenz:

- Anzahl
- direkte/indirekte
- Positionierung (Image, USPs, Zielgruppe)
- Reichweite
- Angebot (Sortiment/Leistungen und Preis)
- Marktdurchdringung/Anteil
- Stärken & Schwächen (Zusammenfassung & Bewertung)

2

Wettbewerbsanalyse Vorgehensweise

Eingrenzung & Datenquellen

Du legst fest, was Du wissen möchtest und woher du die dafür nötigen Daten beziehen willst. Dies ist erstmal nur eine Arbeitshypothese, da ggf. neue Aspekte dazukommen oder die Datenlage zu schlecht ist (oder es an Zeit fehlt)

A large, solid orange curved shape that starts from the bottom right and curves upwards and to the left, framing the number 01.

01

Wettbewerber recherchieren

Du identifizierst direkte und indirekte Wettbewerber, Online-Pure-Player, Multichannel-Anbieter und klassische stationäre bzw. analoge Anbieter

02

03

Du analysierst Sortiment, Preisstruktur, Positionierung und USPs, Geschäftszahlen, Absatz, Geschäftsmodell. Speziell im E-Commerce betrachtest Du zudem Technologie, Funktionen & Service, Reichweite & Performance (SEO, SEA, Social Media), Social Media Impact, Trust und Bewertungen

**Analyse div.
Merkmale/Bereiche**

Du führst alle Ergebnisse für alle Wettbewerber
übersichtlich in einem Dokument zusammen, welches den
Vergleich einzelner Bereiche erlaubt (Excel-Tabelle)

Zusammenführung und Vergleich

05

Du priorisierst die Analysebereiche nach ihrer Relevanz und bewertest die Wettbewerber dann nach den einzelnen Bereichen (Stärken & Schwächen) und global (Marktführer, Top-Wettbewerber, Nische) ... Untersuche die Top-Wettbewerber nochmals hinsichtlich Ihrer Positionierungsmerkmale und USPs (Modul Positionierung)

Priorisierung

Marktanalyse

Wie groß ist der potenzielle Markt? Was sind die wirklich relevanten Kundengruppen und deren Anforderungen? Welche Anforderungen gelten speziell in der Branche dem Marktsegment? Welche rechtlichen Regularien schränken das Geschäft ein bzw. welche Novellen (EU) werden das Marktgeschehen beeinflussen? Welche Trends und neue Kundengruppen werden relevant? Aktuelle und zukünftige Vertriebskanäle

Marktszenarien & Risikobewertung

Leite 3 Marktszenarien für die nächsten 10 Jahre ab:
Positiv, neutral, negativ und bewerte die Risiken und
Chancen für dein Business

07

3

Wettbewerbsanalyse Mitbewerber identifizieren

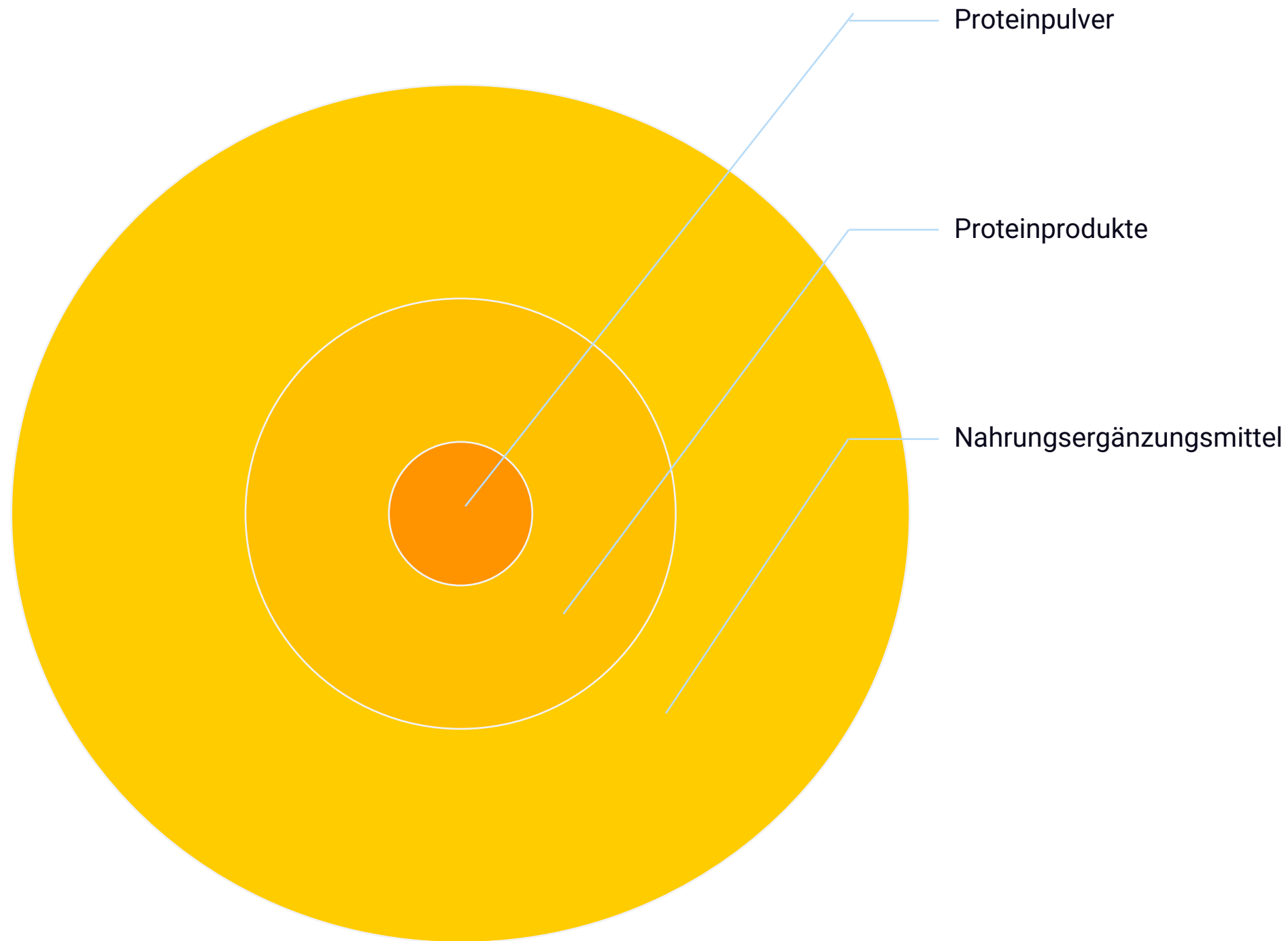
Wettbewerbsanalyse

Mitbewerber identifizieren - Google Recherche

- Top-Produkte festlegen
- Google-Recherche: Wer vertreibt noch diese Top-Produkte?
- Erweiterung Top-Produkte um Produktkategorie
- Google-Recherche: Wer vertreibt noch Produkte dieser Kategorien

Wettbewerbsanalyse

Mitbewerber identifizieren - Google Recherche



- Identifiziere Oberbegriffe
- Mache dir die Nische klar, in der du aktiv bist und was es alles einschließt

URL	
1	www.esn.com/collections/proteinpulver
2	morenutrition.de/products/total-protein
3	www.amazon.de/protein-pulver/s?k=protein+pulver
4	www.nu3.de/collections/protein-eiweiss
5	eatsmarter.de/ernaehrung/gesund-ernaehren/die-7-besten-proteinpulver
6	www.zecplus.de/nutrition/proteine/protein-pulver
7	www.rockanutrition.de/collections/proteinpulver
8	www.dm.de/ernaehrung/sportnahrung/protein-shakes-und-pulver
9	www.fitforfun.de/artikel/proteinpulver-test-die-top-5-eiweisspulver-im-check_221096?layout=amp
10	www.decathlon.de/browse/c0-sport-ernaehrung/c1-whey-protein/_/N-le6qgr
11	www.decathlon.de/browse/c0-sport-ernaehrung/c1-whey-protein/c2-whey-protein/_/N-1r31z0e
12	www.muskelmacher-shop.de/supplements/eiweisspulver-proteinpulver/
13	www.foodspring.de/whey-protein
14	www.korodrogerie.de/supplements/proteinpulver
15	www.ebiketester24.de/proteinpulver-bestseller-darauf-kommt-es-an/

Erste Schritte - SEO Tools

- Identifikation von Wettbewerbern auf Keyword
- Auswahl der Anbieter
- Bewertung der Anbieter nach Relevanz (edge cases, Geschäftsmodell)



***"proteinpulver 1000g"* wurde nicht gefunden**

Das Keyword *"proteinpulver 1000g"* ist aktuell nicht im allgemeinen Keyword-Pool der Toolbox für Deutschland enthalten. Wir nehmen regelmäßig neue Keywords auf, die für das Suchverhalten in diesem Land prägend sind. Möchtest du darauf nicht warten oder ist das Suchvolumen für dieses Keyword zu gering, so kannst du es in einem Optimizer-Projekt überwachen.

Erste Schritte - SEO Tools

- SEO Tools sind eine sinnvolle und nötige Ergänzung, genügen aber alleine nicht, um in der Breite valide Rechercheergebnisse zu erzielen.

Erste Schritte – Branchendienste

- im B2B ist Wer liefert was (wlw.de) ein unverzichtbares Tool zur Wettbewerbsrecherche.
- Je nach Branche können weitere Dienste ergänzend herangezogen werden. Eine verlässliche Quelle sind etwa Herstellerverzeichnisse der Branchenverbände. Z. B. der „Wirtschaftsverband der deutschen Kautschukindustrie“

The screenshot shows the homepage of the wdk (Wirtschaftsverband der deutschen Kautschukindustrie e.V.). At the top, there are flags for Germany and the UK, a 'MEIN WDK' link, and a 'LOGIN' button. The wdk logo is prominently displayed next to the full name of the association. Below the logo, there are icons for a phone, a mail envelope, a magnifying glass (search), and a hamburger menu. A large search bar with the text 'SUCHEN' and a magnifying glass icon is positioned below the header. Underneath the search bar, there is a list of manufacturer categories: 'Alle Hersteller', 'A-F', 'G-K', 'L-R', and 'S-Z', each with a right-pointing arrow. At the bottom of the page, there is a footer with links for 'IMPRESSUM', 'DATENSCHUTZERKLÄRUNG', 'ANFAHRT', and 'NUTZUNGSBEDINGUNGEN', followed by a 'MEIN WDK' link and a copyright notice: '© 2022 wdk Wirtschaftsverband der deutschen Kautschukindustrie e.V.'.

Erste Schritte – similarweb

- Eine extreme einfache und hilfreiche Möglichkeit zur Identifikation und Analyse der Konkurrenz ist similarweb.
- Unterstützt bei der Bewertung der Marketingaktivitäten und Reichweite, Kanäle, Affiliate und Keywordstrategie der Konkurrenz
- Hürden: Kosten (ab 250,- Dollar) und zu wenige Daten

es

Sites similar to gustini.de ⓘ

Filter by: All Industries ▼

Search...

	Domain (40)	Industry
1	 mondogusto.de	Food and Drink > Groceries
2	 gustini-versand.de	Food and Drink > Groceries
3	 andronaco-shop.de	Food and Drink > Groceries
4	 gourmondo.de	Food and Drink > Groceries
5	 nuritalienischeprodukte.de	Food and Drink > Groceries
6	 gourmantis.de	Food and Drink > Groceries
7	 waldispizza.de	Food and Drink > Groceries
8	 nadia.de	Food and Drink > Groceries
9	 kaufland.de	Food and Drink > Groceries
10	 buonissimo-world.de	Food and Drink > Groceries
11	 rewe.de	Food and Drink > Groceries
12	 essig-oel.de	Food and Drink > Groceries
13	 amatulli.de	Food and Drink > Groceries
14	 dallmayr-versand.de	Food and Drink > Groceries

4

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Wirtschaftsdaten

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Wirtschaftsdaten

- Impressum
- Über uns
- Online Recherche --> z.B. Unternehmensname in Google News
- <https://www.bundesanzeiger.de/>
- <https://www.northdata.de>

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Wirtschaftsdaten: Northdata



- Hier bekommst du einige Informationen zu Umsatzzahlen
- Adresse, Register, etc. sind auch meistens hinterlegt
- Gewinn & Steuern sind oft hinter einer Paywall

Quelle: <https://northdata.com/>

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Wirtschaftsdaten: Bundesanzeiger

Bundesanzeiger

Unternehmensregister

Publikations-Plattform

DE

Leichte Sprache



Bundesanzeiger
Herausgegeben vom
Bundesministerium der Justiz

**Bundesanzeiger
Verlag**

Menü

Anmelden

Suchen

Suchbegriff eingeben

Alle Bereiche

Erweiterte Suche

Suchen

Auftrag übermitteln

Aufträge für Veröffentlichungen und Hinterlegungen können Sie über die Publikations-Plattform übermitteln. Weitere Informationen und Hilfen finden Sie dort.

Auftrag übermitteln

a) Ertragslage

Ergebnisquelle	Geschäftsjahr T€	Vorjahr T€	Veränderung T€	%
Betriebsergebnis	7.915	3.592	4.323	120,35
Finanzergebnis	5	-8	13	-
Steuern	-1.163	-445	-718	161,35
Jahresüberschuss	6.757	3.138	3.619	115,33

- Ist die zentrale Plattform für amtliche Verkündungen und Bekanntmachungen
- Auch für rechtlich relevante Unternehmensnachrichten

Quelle: <https://www.bundesanzeiger.de/>

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Wirtschaftsdaten: Zusammenstellung

Alexander
STEIREIF

Projekt: Potenzialanalyse | Vergleich Wettbewerber

ID	Beschreibung	fitmart.de	Metasport.de	Sportnahrung-engel.de
01 Unternehmen				
UNT-001	Firma	Fitmart GmbH & Co. KG	Sportona GmbH	Sportnahrung Engel GmbH & Co. KG
UNT-002	Gründungsjahr	2004	2008	2013
UNT-003	Gründer	Timo Meyer	Tobias Michael Wagner	Christian Engel
UNT-004	Geschäftsführer / Gesellschafter	Timo Meyer / Murat Yasar	Johannes Schermbach	Christiane Engel
UNT-005	Mitarbeiter	60-100		
UNT-006	Niederlassungen	1	1	1
UNT-007	Investoren			
UNT-008	Bilanz / Ergebnis	26.351.000,- Rohergebnis; 8.000.000 Betriebsergebnis	706.895,- (Bil.)	559.343,- (Bil.)
UNT-009	offene Stellen	11	0	5

- Wichtigste Stamm- und Finanzdaten
- Schnelle Orientierung über Größe/Leistung und Sortierungsschlüssel
- Eventuelle Verbindungen unter den Anbietern aufdecken

5

Wettbewerbsanalyse Analyse - Marketingkanäle

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Marketingkanäle: Ziele

- Du solltest wissen, über/auf welchen Kanälen deine Konkurrenz aktiv ist
- Abschätzen, wie hoch der Ressourcenaufwand ist
- Welche Reichweite die Konkurrenz hat
- Wie die Zielgruppe darauf reagiert
- Lücken erkennen, die Du eventuell für dich nutzen kannst
- Dein Marketing entsprechend ausrichten

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Marketingkanäle: Dimensionen

Alexander
STEIREIF

Projekt: Potenzialanalyse | Vergleich Wettbewerber

ID	Beschreibung	fitmart.de	Metasport.de	Sportnahrung-engel.de
06 Marketing				
MAR-001	Reichweite/Traffic*	47,274 Visitor p. M.	/	86.971
MAR-002	SEO Sichtbarkeit	135.361	700	145127
MAR-003	Anzahl rankende KW Top10	495	105	4645
MAR-004	retargeting	/	/	ja
MAR-005	Google Shopping	ja	ja	ja
MAR-006	Multichannel-Unterstützung	/	/	ja
MAR-007	Automation / Personalisierung		ja / emarsys	

- Reichweite
- SEO Sichtbarkeit
- Anzahl rankende KW Top10
- Retargeting
- Google Shopping
- ...

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Marketingkanäle: Weitere Dimensionen

- Coupons / Incentives für Neukunden, Anmeldungen etc.
(im Bsp. unter Services betrachtet)
- Bonusprogramme / Kundenclubs
- Content Marketing (Ratgeber, Blog, Rezepte etc.; im Bsp. unter Services betrachtet)
- Affiliate Programme

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Marketingkanäle: Vorgehen

- SEO/Traffic/Reichweite/Sichtbarkeit manuell über freie Tools wie siteworthtraffic , spyfu und websiteiq oder klassische Keyword/SEO-Tools wie Sistrix oder Semrush.com (WICHTIG! Hier nur ein Tool verwenden)
- Ads: Keyword-Tools wie Sistrix oder Semrush.com
- Retargeting: wappalyzer, builtwith, manuelle Recherche
- Affiliate: similarweb oder manuell über Auswertung der Backlinkdomains und Referrer, z.B. über Sistrix, sowie builtwith
- Multichannel / Automation: wappalyzer, builtwith

6

Wettbewerbsanalyse Analyse - Kundenbewertungen

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Kundenbewertungen: Relevanz

- Gefühl für das Unternehmen / Shop
- Erkennen von Stärken und Schwächen der Konkurrenz
- Hinweis auf Reichweite / Bekanntheit des Anbieters
- Hinweise hinsichtlich Erwartungen der Kundengruppe
- ...

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Kundenbewertungen: Quellen

- z.B. Seiten der Bewertungsanbieter
 - <https://www.trustedshops.de/shops/>
 - <https://de.trustpilot.com/>
- und über die Prüfsiegel auf den jeweiligen Shopseiten
- über Händlerseiten auf Amazon / ebay

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Kundenbewertungen: Vorgehen

- du erfasst die Werte wie von den Bewertungsanbietern angegeben (94,5 % positiv)
- idealerweise trägst Du neben den Werten auch “typische” Beispiele für Positiv- und Negativbewertungen ein. Was macht der Konkurrent besonders gut, was besonders schlecht
- Du benötigst keine vollständige Übersicht aller Trustsiegelanbieter, Bewertungen und Kanäle, wichtig ist nur, Tendenzen bzw. Stärken und Schwächen herauszuarbeiten

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Kundenbewertungen: Vorgehen

Alexander
STEIREIF

Projekt: Potenzialanalyse | Vergleich Wettbewerber

ID	Beschreibung			
04 Bewertungen				
BEW-001	Bewertungen ebay	18.430 Bewertungen (98,22% positiv) 409 Follower	eingestellt	9.293 Bewertungen insgesamt
BEW-002	Bewertungen Amazon	2.430 Bewertungen (95,51% positiv)	95% positiv Lebensdauer (3088 Gesamtbewertungen)	100% positiv Lebensdauer (6 Gesamtbewertungen)
BEW-003	besonders Hervorgehoben	Schnelle Lieferung	Schnelle Lieferung;	Antworten auf alle Beschwerden der Kunden; Telefonische Stornierung einfach und Unkompliziert!
BEW-004	Besonders Nachteilig	mehrmals falsche Artikels geliefert	/	
BEW-005	Trustami	5,00 von 5,00 Sternen aus 53.415 Bewertungen zu 97,91% positiv	102602 Bewertungen zu 98,9 % positiv	/
BEW-006	Trusted Shops	4,4 von 5; 2.447 Bewertungen in den letzten 12 Monaten	4,78 von 5; 202 letzten 12 Monaten Bewertungen	4,92 vonn 5 ; 2870 Bewertungen letzten 12 Monaten
BEW-007	Sonstiges			

- Betrachte Bewertungen auf allen relevanten Plattformen
- Beispielsweise Amazon, EBay, Trustpilot, etc.

7

Wettbewerbsanalyse Analyse - Onsite

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Onsite: Dimensionen

- Produkte: Einteilung nach Kategorien und Auszählung sowie Abschätzung Preisniveau und Top-Seller
- Services: Kontaktmöglichkeiten, Retoure, Zahlarten und Versand, Ratgeber, Angebote, Garantien/Produkttests, Besonderheiten
- Besonderheiten: eben das sowie eine Einschätzung der Attraktivität/Modernität des Shops
- Vertriebskanäle: Überprüfen ob Amazon, ebay, Kaufland und/oder andere Marktplätze eine Rolle spielen.

**EIWEISSPULVER /
PROTEINPULVER**

Whey Isolate
Whey Protein
Casein
Ei-Protein
Mehrkomponenten
Protein
Pflanzliches Eiweiß / Vega-
nes Protein

MASSEAUFBAU

Weight Gainer
Kohlenhydrate

AMINOSÄUREN

Citrullin
Taurin
EAA
BCAA
Glutamin
Beta Alanin
Tyrosin
L-Arginin / AAKG
Weitere Aminosäuren

KREATIN / CREATIN

Creatin Monohydrat

**VITAMINE &
MINERALSTOFFE**

B-Vitamine
Vitamin C
Vitamin D / D3
Zink
Magnesium
Omega-3 / Fischöl
Glucosamin
Multivitamin
Weitere Nährstoffe

DIÄT / ABNEHMEN

FETTSÄUREN

Omega 3 / Fischöl
Pflanzliche Fettsäuren

REGENERATION

Schlaf Supplemente
Gelenk Supplemente
Weitere
Regenerationsprodukte

SUPERFOOD

TRAININGSZUBEHÖR

Shaker



Daily Protein + Focus



Clear Whey



Whey Protein



Vegan Protein



3K Protein



Vegan Shape Shake



Shape Shake 2.0 Sachet
10-Pack



Whey Protein
Probierportion 10er-
Paket

Alle Produkte >

Produkte/Sortiment

- Bildung vergleichbarer Produktkategorien kann nur über eine Vielzahl von Anbietern erfolgreich sein
- Hier z.B. eine Kategorisierung nach Inhaltsstoffen und funktionalen Gesichtspunkten sowie bei foodspring eher nach Darreichungsform

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Onsite: Produkte

Alexander
STEIREIF

Projekt: Potenzialanalyse | Vergleich Wettbewerber

02 Produkte				
PRO-001	Abnehmprodukte	8	137	560
PRO-002	Aminosäuren	17	409	262
PRO-003	Protein / Eiweißpulver	28	377	415
PRO-004	Vitamine / Mineralstoffe	44	554	282
PRO-005	Booster	31	196	190
PRO-006	Kreatin	6	131	64
PRO-007	Getränke & Snacks & Riegel	50	98	310
PRO-008	Weight Gainer	11	92	/
PRO-009	Zubehör	20	516	402
PRO-010	Kohlenhydrate	7	/	93
PRO-011	Gesunde Ernährung / Functional Food	17	/	/
PRO-010	Preisniveau	mittleres Preisniveau	etwas günstiger als Durchschnitt	mittleres Preisniveau

- Hier wird das Produktangebot durchleuchtet
- Welche Arten von Produkten werden verkauft
- Wie viele von welcher Art werden angeboten

Services / Besonderheiten

- Beschreibung der allg. Serviceleistungen (Kontaktformular, Hotline, Versandkosten)
- Bewertung, was geht über den Standard hinaus (30 Tage statt 14 Tage Rückgaberecht, Versandkostenfreiheit)?
- Hervorheben, was im Wettbewerbsumfeld unique oder annähernd unique ist)

The screenshot displays the Dyson website's service offerings and a digital assistant interface. At the top, the Dyson logo is on the left, and a search bar with the text 'Suchen' is on the right. Below the header, three service boxes are highlighted with blue borders: 'Kostenlose Lieferung Innerhalb von 2 Werktagen' (free delivery within 2 business days), 'Kauf auf Rechnung 30 Tage Zahlungsfrist' (purchase on account with 30-day payment terms), and 'Klarna Ratenkauf Monatliche Raten' (Klarna installment purchase with monthly payments). Below these, a promotional banner for the 'dyson purifier cool auto^{react}' is shown, featuring a blue-bordered box with the text: 'Nur für kurze Zeit inklusive zusätzlichem gratis Filter im Wert von 75€.' and a button that says '→ Jetzt entdecken'. At the bottom of the banner is a small image of a Dyson store interior. Overlaid on the right side is a 'Digitaler Assistent von Dyson' (Dyson Digital Assistant) window. It has a title bar with a close button (X). The assistant's message reads: 'Hallo, ich bin der digitale Assistent von Dyson. Wählen Sie eine der folgenden Optionen, oder stellen Sie mir eine kurze Frage. Falls ich nicht direkt eine Antwort für Sie habe, wird Ihr Feedback Dyson helfen, mein Wissen zu verbessern.' Below this is a section titled 'Datenschutzverpflichtung' (Data Protection Obligation) with a list of options: 'Wo bekomme ich Hilfe zu meinem Dyson Gerät?', 'Ich brauche Hilfe bei meiner Bestellung', 'Ich brauche Hilfe bei der Auswahl eines Dyson Gerätes', 'Haben Sie Angebote?', 'Geschäftsbedingungen', and 'Bereits die Fehlerbehebung abgeschlossen?'. At the bottom of the assistant window is a text input field with the placeholder 'Geben Sie hier Ihre Frage ein' and a button labeled 'Absenden'.

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Onsite: Services

Alexander
STEIREIF

Projekt: Potenzialanalyse | Vergleich Wettbewerber

03 Services			
SER-001	Kontakt	nur E-Mail	Hilfe Center und FAQ
SER-002	Garantien / Tests	/	/
SER-003	Versandkonditionen	kostenfreier Versand ab 75,- €	kostenfreier Versand ab 50,- €
SER-004	Zahlarten	Klarna: Sofortüberweisung, Sofort bezahlen, Rechnung* Accelerated Checkouts: Google Pay, Apple Pay, ...	Paypal, sofortkauf, Kreditkarte
SER-005	Ratgeber / Downloads	Newsletters für Neuigkeiten und Blog	Kundenbetreuung
SER-006	Allgemeine Angebote	Rabatt Newsletters Günstige Preise Profitiere von starken Rabatten	Echtzeit MHD-Anzeige, Big sales
SER-007	Sonstiges		Kostenloser Rückversand

- Hier werden Kontaktmöglichkeiten, Garantien, Versandkonditionen, Zahlarten, Ratgeber / Downloads, Allgemeine Angebote, etc. angeschaut

8

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Technologie

Wettbewerbsanalyse

Analyse - Technologie

Alexander STEIREIF Projekt: Potenzialanalyse Vergleich Wettbewerber				
ID	Beschreibung	fitmart.de	Metasport.de	Sportnahrung-engel.de
07 Technologie				
TEC-001	Shopsystem	Shopify	xt.Commerce	Magento 1
TEC-002	Performance	gut	gut	gut
TEC-003	Onpage SEO Potenzial	kaum Optimierungspotenzial	metadescription und headline noch optimierungsbedarf	metadescription und headline noch optimierungsbedarf
TEC-004	Tracking	GA, Tag Manager	GA, Tag Manager	GA, Tag Manager
TEC-005	Frontend	Nutzerfreundlich	etwas unübersichtlich	etwas veraltet
TEC-006	Fehler	/	Seite etwas instabil, mehere URLs nicht erreichbar	/

- Alles rund um die Technologie des Webshops
- Shopsystem, Performance, SEO Potenzial, Tracking
- ...

Frontend

Hier geht es um eine persönliche Einschätzung des visuellen Eindrucks (Ästhetik, Modernität) sowie der Usability (Lesbarkeit, Funktion, Fehler). Wer im letzten Punkt etwas genauer hinsehen möchte, findet Anregungen beim Modul Shopfunktionen / Barrierefreiheit (z.B. <https://wave.webaim.org/>).

A large, solid orange shape that curves from the bottom right corner towards the center of the slide, resembling a quarter-circle or a stylized 'C' shape.

01

Shopsystem & Tracking

Über Tools wie Wappalyzer oder builtwith meist ableitbar. Relevant, um einen Einblick in Projektbudgets, Professionalisierung, Alter des Systems und damit eventuellen Innovationsstau zu erhalten. Dieselben Tools verraten Dir auch etwas über die anderen Services, die der Shop nutzt.

03

Google Pagespeed respektive Lighthouse aber auch SEO-Spider von Screaming Frog und etliche weitere Tools bieten dir eine Möglichkeit den Wettbewerb zu analysieren. Performance (Ladezeiten) ist gerade im Mobilbereich extrem wichtig und in vielen Zielgruppen eine kritische Hürde.

Performance

Die meisten Ergebnisse in der Übersicht vermitteln dir Tools wie Sistrix. Du kannst aber auch mehrere freie Tools verwenden, z.B. die SEO Spider von screamingfrog, den sitemap-checker auf seitenreport.de und www.siteworthtraffic.com für den Traffic. Ziel ist es auch hier, zu erkennen, wie stark die Konkurrenz aufgestellt ist.

SEO Potenziale

9

Wettbewerbsanalyse

Beispiel Analyse

10

Wettbewerbsanalyse
Darauf kommt es an

Wettbewerbsanalyse

Darauf kommt es an



Qualität der Recherche

Du benötigst ausreichend Zeit, um alle Details und Informationen über Wettbewerber abzurufen. Es gibt wenig Mittel, um den Prozess zu beschleunigen



Relevante Kriterien

Stelle von Anfang an klar, auf was es ankommt. Also welche Kriterien und Merkmale brauchst du im direkten Vergleich mit Mitbewerbern? Was ist ausschlaggebend.



Wähle die richtigen Mitbewerber

Aufgrund des üblichen "Tunnelblicks" kommen nicht selten die "falschen" Mitbewerber heraus. Das macht kein Sinn, vergleiche dich wirklich nur mit Konkurrenten die deine Konkurrenten sind.

11

Wettbewerbsanalyse

Aufgaben