**PIKC Kuldīgas tehnoloģiju un tūrisma tehnikums**

**Tūrisma informācijas konsultants**

**Tirguszinības**

**ZANE LASE**

**Uzņēmuma tiešo un netiešo konkurentu atklāšana**

**Uzņēmuma tiešo un netiešo konkurentu atklāšana**

1.Kas ietilpst 5 tuvāko konkurentu skaitā?

2.Kāds ir viņu darījumu stāvoklis: stabils - augšupejošs - , lejupslīdošs ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Uzņēmums** | **Darījumi** |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |

3.Kādā ziņā viņu darbība ir līdzīga Jūsējai? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.Kā Jūs cerat viņus pārspēt? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***Konkurences darbības detalizēta analīze var likt izdarīt korekcijas pašreizējā darbībā, lai sekmīgi ar viņiem sacenstos. Tipiska kļūda ir mēģinājums iekļūt piesātinātā tirgū. Konkurences tipiskās cīņas metodes cenu jomā ir PIEDĀVĀTO PREČU UN PAKALPOJUMU KVALITĀTES DIFERENCĒŠANA un PAPILDPAKALPOJUMU PIEDĀVĀJUMU METODE.***

UZDEVUMS

**Uzņēmuma priekšrocības salīdzinājumā ar konkurenta vājajām vietām**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Patērētāju prasības** | **Ko var piedāvāt konkurents** | **Ko var piedāvāt Jūsu firma** |
| **Preču kvalitāte** |  |  |
| **Zemas cenas** |  |  |
| **Sortimenta plašums** |  |  |
| **PĒCPārdošanas apkalpošana** |  |  |
| **Preces izturīgums** |  |  |
| **Piegādes apstākļi patērētājam** |  |  |
| **Organizācijas atrašanās vieta (pieejamība)** |  |  |
| **Informācijas pilnīgums** |  |  |
| **Kredītkartes** |  |  |
| **Kredītlīnija** |  |  |
| **Garantijas** |  |  |
| **Konsultēšana** |  |  |
| **Cits** |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Analīze**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jūsu priekšrocības tikai par 10% pārspēj konkurentus |  | Jūsu precēm ir samērā maza konkurētspēja. Jums jāpaplašina pieredze, uzmanīgi kā strādā konkurenti |
| Jūsu priekšrocības ir 50-70% salīdzinājumā ar konkurentiem | Jūs darbojaties sekmīgi, sasniegumus vajag pavairot. Jūs esat uz pareizā ceļa |
| Jūsu priekšrocību rādītājs ir 70% un vairāk | Jūs varat kontrolēt konkrētās produkcijas tirgu. Laiks domāt par to, kā saglabāt iekarotās pozīcijas |

Konkurences analīze nozīmē pārbaudīt kā sevi tā arī konkurentus. LABA METODE – SVID. Analīze jāveic par katru tirgzinības komplekso elementu: tirgus, cena, prece, vieta (sadales kanāli), veicināšanas iespējas. Arī konkurentiem.