

CA競合分析

競合分析と自社のポジショニング

● 新商品や新事業に参入する場合でも、既存の商品や市場は存在することが多く、そこには当然競合が存在します。この手法は競争相手の反撃を予測し、自社にとって有利な戦いを展開するにはどのポジションをとるべきかについて分析するものです。

競争相手の反撃

● 競争相手のその市場に対する主な競争相手の執着度と反撃能力に関するチェックリストを活用し、右のようなマトリックスにプロットします。

		競争相手の反撃	
		反撃能力が高い	反撃能力が低い
執着度が低い		眠れる犬	傍観者
	執着度が高い	戦闘部隊	狙撃兵

価値と価格のポジショニング

● 競争戦略の3つの基本戦略に基づいて競合商品に対する価格を価値とのバランスにより、価格を決定していきます。

- 【X1】低コスト戦略
- 【X2】フォ-カス戦略
- 【X3】差別化戦略

