profaj

ŞABLON

# Rakip Analizi Şablonu

Rakiplerinizi aynı çerçevede karşılaştırın, boşlukları ve fırsatları tek bakışta görün.

NASIL KULLANILIR

1. **Rakipleri seçin**
   Müşterinin kıyasladığı üç ana rakibi belirleyin.
2. **Matrisi doldurun**
   Herkese açık kaynaklara bakarak her satırı yazın.
3. **Fırsatı yazın**
   Boşlukları aksiyona çevirin.

BÖLÜM 1

# Rakipleri seçin

Müşteriniz karar verirken kiminle karşılaştırıyorsa, o sizin rakibinizdir. Listeyi kendi bakışınızla değil müşteri bakışıyla çıkarın.

| Rakip | Web sitesi | Tür | Müşteri neden onu da düşünür |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Tür: doğrudan (aynı ürün, aynı kitle), dolaylı (başka çözüm, aynı ihtiyaç), hedef (olmak istediğimiz seviye).

## Bilgiyi nereden toplarsınız

- Rakibin web sitesi, blogu ve fiyat ya da paket sayfaları (yalnızca herkese açık bilgi)
- Platformların herkese açık reklam kütüphaneleri
- Sosyal medya hesapları ve yorumlar
- Müşteri yorumları, harita ve şikâyet sayfaları
- Arama sonuçlarında hangi başlıkla göründükleri
- Satış ekibinizin müşteriden duyduğu karşılaştırmalar

ETİK SINIR

Yalnızca herkese açık kaynakları kullanın. Rakibin gizli bilgilerine erişmeye çalışmayın.

## Seçtiğiniz üç ana rakip

RAKİP A Neden öncelikli

RAKİP B

RAKİP C

BÖLÜM 2

# Karşılaştırma matrisi

Her satırı kısa cümleyle doldurun. Fiyat için rakam yerine konum yazın: düşük, orta, yüksek.

| Başlık | Biz | Rakip A | Rakip B | Rakip C |
|---|---|---|---|---|
| Ne sunuyor | | | | |
| Konumlandırma cümlesi | | | | |
| Hedef kitle | | | | |
| Fiyat konumu | | | | |
| Güçlü yön | | | | |
| Zayıf yön | | | | |
| Web sitesi izlenimi | | | | |
| Sosyal medya | | | | |
| Reklam faaliyeti | | | | |
| Arama sonuçlarında görünürlük | | | | |
| Müşteri yorumlarında öne çıkan | | | | |

BÖLÜM 3

# Fırsatları bulun

## Boşluk analizi

| Soru | Cevabınız |
|---|---|
| Rakiplerin hepsinin söylediği şey ne? Bunu biz de söylersek ayırt edilir miyiz? | |
| Hiçbirinin karşılamadığı müşteri ihtiyacı ne? | |
| Rakiplerin zayıf kaldığı ve bizim güçlü olduğumuz konu ne? | |
| Rakibin bizden iyi yaptığı ve yakalamamız gereken konu ne? | |

## Karşılaştırmalı güç tablosu

### Güçlü olduğumuz yerler

### Geliştirmemiz gereken yerler

## Aksiyonlar

| Aksiyon | Beklenen etki | Sorumlu | Tarih |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Rakip analizi bir kez yapılıp rafa kalkan bir belge değildir. Altı ayda bir güncelleyin.

PROFAJ İLE

**Doldurduktan sonra birlikte bakalım**

Rakip analizinizi birlikte derinleştirelim, farklılaşma alanlarınızı netleştirelim.

**Bu İşte Beraberiz!**

TELEFON
+90 232 320 00 40
E-POSTA
profaj@profaj.com
GÖRÜŞME PLANLAYIN
profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin