



## Beispiele für die Online-Marktbeobachtung

Marktbeobachtung bedeutet, bestimmte Sachverhalte über einen längeren Zeitraum zu verfolgen. Ein wichtiger Unterschied zur Marktforschung (Kundenumfragen etc.) besteht darin, dass Sie auch Trendentwicklungen und -abweichungen hinsichtlich Ihrer relevanten Wettbewerbsfaktoren auswerten können.

*Typische Anwendungsfälle für die Online-Marktbeobachtung und -auswertung sind:*

### **Konkurrenz- und Wettbewerbsbeobachtung**

- Stellen Sie zeitnah fest, wann und wofür Ihre Konkurrenten die Preise anheben oder senken.
  - Wie sieht es mit Ihren Margen aus: Können Sie diese auch ausweiten, bleiben Sie flexibel?
  - Müssen Sie Kundenabwanderungen befürchten?
  - Haben Sie ebenfalls Spielraum für Preiserhöhungen?
- Seien Sie rechtzeitig über strategische Schritte Ihrer (potentiellen) Wettbewerber informiert.
  - Werden Sie zukünftig in ihren Marktnischen noch konkurrenzlos sein?
  - Wohin geht die technologische Entwicklung?
  - Planen Ihre Konkurrenten expansives Wachstum, vielleicht sogar als Kostenführer?
- Antizipieren Sie frühzeitig Produkttrends und Kundenwünsche.
  - Welche Produktversionen und -varianten werden in letzter Zeit von Ihren Konkurrenten im In- und Ausland besonders forciert?
  - Werden durch die Marketingkampagnen spezielle Kundenbedürfnisse "gepusht"?
  - Was sagen die Nutzer über vorherrschende Entwicklungen in Ihren Geschäftsfeldern?

### **Kundenbeobachtung**

- Stellen Sie sicher, dass Sie Ihr Ohr immer ganz nah am Markt haben.
  - Was sagen Ihre Kunden über Ihre Produkte (z. B. in Foren, Blogs, chat rooms)?
  - Was sagen Ihre Kunden über die Produkte Ihrer Wettbewerber?
  - Wo sind Interessenten, die über Ihre bzw. ähnliche Produkte reden, aber noch nicht Ihre Kunden sind?
- Beobachten Sie Web-Seiten Ihrer Business-Kunden
  - Sucht der Kunde neue Mitarbeiter, und kann man daraus z. B. auf die Expansion bestimmter Bereiche schließen?
  - Verändert der Kunde seine Preise, und kann das Auswirkungen auf sein Einkaufsverhalten Ihnen gegenüber haben?
  - Kündigt Ihr Kunde neue Produkte an, und ergeben sich hieraus neue Absatzmöglichkeiten für Sie?

### **Ausschreibungsüberwachung**

- Seien Sie jederzeit top aktuell über öffentliche Ausschreibungen, Vergaben, Verkaufsausschreibungen und Versteigerungen informiert.

Fast alles läuft heute über Internet-Informationsseiten oder -Plattformen. Eine relevante Auswahl dieser Seiten kann leicht überwacht werden.

Als Informationsbasis können Sie insbesondere die Web-Seiten Ihrer (potentiellen) Konkurrenten nutzen, aber auch zahlreiche weitere Informationsquellen, zum Beispiel:

- Nachrichten und News-Seiten
- spezifische Foren, Newsgroups
- Diskussionsforen, Blogs
- Email-Verteiler
- Preisangaben, Preisvergleichsseiten
- Online-Shops
- Auktionsplattformen
- Produktbeschreibungen
- Pressemitteilungen
- Referenzen
- Partner-Seiten
- Pflichtveröffentlichungen
- Stellenausschreibungen.

*Spezieller Tip:* Gerade die Personalseiten Ihrer Konkurrenten bieten Ihnen wichtige Einblicke. So können Sie Rückschlüsse aus den Ausschreibungsprofilen auf die strategische Ausrichtung, zukünftige Projekte aber auch Schwachstellen ziehen. Und das lange bevor diese an die Öffentlichkeit gelangen.

Weitere Möglichkeiten für die Online-Auswertung sind:

- Produktpiraterie aufdecken
- Marken- und/oder Wettbewerbsrechtsverletzungen aufzeigen
- Preisanalysen durchführen
- Marketingkampagnen validieren.

*Mehr dazu erfahren Sie von Information Consultancy.*