

Program szkolenia

Analiza konkurencji i rynku

<https://bloomwise.pl/consulting/training/analiza-konkurencji-i-ryнку>

Poniższy zakres stanowi bazę, którą możemy dopasować do specyfiki Twojej marki, zespołu i modelu pracy z klientem.

Moduł 1. Wprowadzenie do analizy rynku i konkurencji

- 1.1 Definicja i znaczenie analizy rynku w strategii biznesowej.
- 1.2 Kluczowe elementy rynku: popyt, podaż, trendy i bariery wejścia.
- 1.3 Rola analizy konkurencji w budowaniu przewagi rynkowej.

Moduł 2. Analiza rynku

- 2.1 Główne metody analizy rynku (badania ilościowe i jakościowe).
- 2.2 Identyfikacja trendów rynkowych i ich wpływ na działalność firmy.
- 2.3 Źródła danych rynkowych: raporty branżowe, statystyki, obserwacja rynku.

Moduł 3. Segmentacja rynku i klientów

- 3.1 Kluczowe kryteria segmentacji (demograficzne, psychograficzne, behawioralne, geograficzne).
- 3.2 Tworzenie profilu idealnego klienta (buyer persona).
- 3.3 Identyfikacja najbardziej opłacalnych segmentów.

Moduł 4. Badanie i ocena potencjału rynku

- 4.1 Jak określić atrakcyjność rynku: wielkość, dynamika wzrostu, rentowność.
- 4.2 Ocena potencjalnych barier wejścia i czynników sukcesu.
- 4.3 Narzędzia do oceny potencjału.

Moduł 5. Analiza konkurencji

- 5.1 Identyfikacja kluczowych konkurentów: analiza bezpośrednich i pośrednich graczy.
- 5.2 Porównanie strategii rynkowych i modeli biznesowych konkurentów.
- 5.3 Ocena polityki cenowej i strategii sprzedażowej.
- 5.4 Analiza wartości dodanej i unikalnych cech oferty.
- 5.5 Metody zbierania danych o konkurencji: publiczne źródła, benchmarking, analiza marketingowa

Moduł 6. Wykorzystanie wyników analizy w praktyce

- 6.1 Jak interpretować zebrane dane i wykorzystywać je w planowaniu strategicznym.
- 6.2 Tworzenie przewagi konkurencyjnej poprzez dostosowanie oferty i działań marketingowych.
- 6.3 Case study i praktyczne ćwiczenia.

Moduł 7. Podsumowanie i sesja Q&A

- 7.1 Omówienie najważniejszych wniosków.
- 7.2 Dyskusja i odpowiedzi na pytania uczestników.