|  |
| --- |
| **Konkurrentanalyse****Benchmarking** |
| **Formål:** At skabe et overblik over de elementer i organisationens nære omverden, der har indflydelse på organisationens virke.  |
| **Indhold:**Med afsæt i Porters Five Forces (P5F) udarbejdes der en konkurrentanalyse, der nærmere beskriver de enkelte konkurrenter på markedspladsen. Her er med andre ord tale om det midterste felt af P5F.Benchmarking er en systematisk sammenligning og vurdering af en eller flere virksomheders position på markedspladsen. Analysen omfatter alt lige fra produkter, serviceydelser og produktionsmetoder til markedsandele og konkurrencestrategi m.v. En benchmarking kan ske op imod en given standard eller en vilkårlig virksomhed på markedspladsen. Ofte vælges egen virksomhed eller markedslederen på pågældende markedsplads som udgangspunkt for analysen. |
| **Data:**Kilder til indsamling af oplysninger kan komme fra følgende steder:* Primære dataanalyse
* Fx egne undersøgelser og vurderinger
* Sekundære data
	+ Fx statistiske oplysninger m.m.
 |

|  |
| --- |
| **Konkurrentanalyse og Benchmarking opdelt i to trin** |
| **Trin 1** | Identifikation af antallet af udbydere på markedspladsen |  |
| **Trin 2** | Udvælge de områder der ønskes en sammenligning på |   |

|  |
| --- |
| **Oversigt vedr. Konkurrentanalyse og Benchmarking** |
| Sammenligningspunkter | Egen virksomhed | Konkurrent A fx Markedsleder | Konkurrent B | Konkurrent C |
| Ejerform |  |  |  |  |
| Produkter |  |  |  |  |
| Serviceydelser |  |  |  |  |
| Produktionsmetoder |  |  |  |  |
| Markedsandel i Danmark |  |  |  |  |
| Konkurrencestrategi |  |  |  |  |
| Internationalt fokus |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Samlet vurdering** |  |