



**Mehr von der
Konkurrenz
sehen!**

**Die Konkurrenz im Blick -
Worksheet.**

Von Tim Brettschneider

Über den Autor Tim Brettschneider:

Meine Mission ist es Marketing anzubieten, das sich unterscheidet. Dabei konzentriere ich mich auf Unternehmen mit sehr schwer zu vermarktenden Produkten und Marketing in Bereichen mit starkem Wettbewerb. Ich bin überzeugt das Unternehmen in diesen Bereichen am meisten von meinen Lösungsansätzen profitieren.

Mit diesem Worksheet will ich meinen Lesern kurz und knapp zeigen wie man die Konkurrenz immer im Blick hat.

Ich wünsche viel Spaß beim Ausprobieren!



Kontakt:

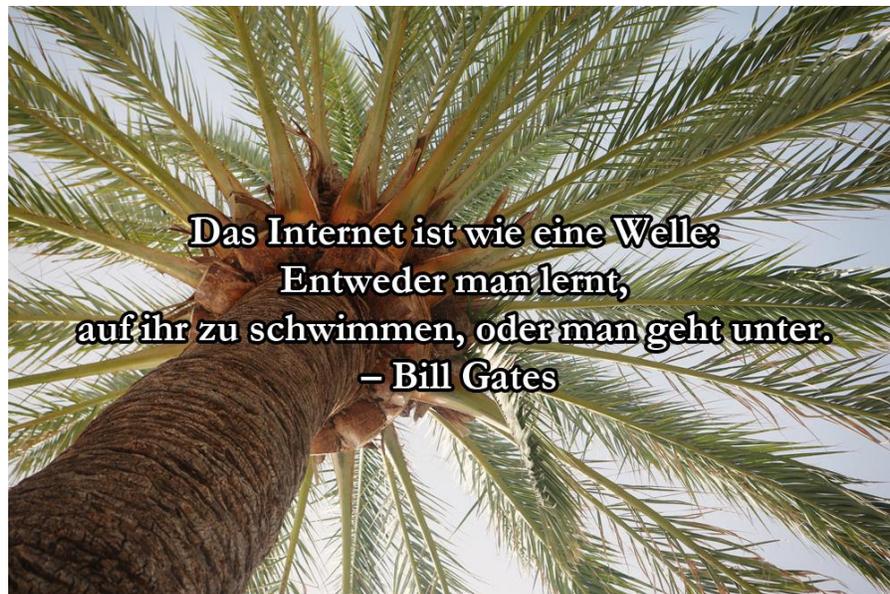
Web: www.tim-brettschneider.com

Tel.: 0176 / 45773787

Mail: Tim@Tim-Brettschneider.com

Xing: [Tim Brettschneider](#)

NL: [Newsletter Tim Brettschneider](#)



Konkurrenz-Monitoring Worksheet

Warum den Wettbewerb beobachten?

Dein Wettbewerber steckt viel Zeit und Energie in sein Marketing, wenn er vor dir einen Trend erkennt willst du sicher die erste Person sein die davon weiß.

Also ist es wichtig die Konkurrenz im Auge zu behalten um zu sehen wo diese aktiv ist und welche Möglichkeiten sich für einen selbst dadurch ergeben können.

Wie gehe ich beim Konkurrenz-Monitoring vor?

1. Was wird über die Konkurrenz im Web gesagt?
2. Was passiert auf der Webseite des Konkurrenten?
3. Was passiert im Social Media?
4. Hat dein Konkurrent einen Blog, welche Themen gibt es?
5. Hat dein Konkurrent einen Newsletter, welche Themen gibt es?
6. Behalte die Referenzen der Konkurrenz im Blick.

Diese 6 Schritte sind die Grundlage für ein einfaches, schnelles und günstiges Monitoring. Ich zeige dir wie du vorgehst und welche Tools dir dabei helfen.

Was wird über die Konkurrenz im Web gesagt?

Nutze dafür das Tool Google Alerts um herauszufinden was bei deiner Konkurrenz passiert und wer über deine Wettbewerber spricht:

Hier geht es zu [Google Alerts](#)

- Füge 3-5 Konkurrenten zu den Alerts hinzu
- Füge 3-5 Branchen zu den Alerts hinzu
- Füge weitere Begriffe hinzu die dein Angebot oder Leistung beschreiben und sei so immer up-to-date
- Stelle ein wie oft du einen Alert von Google erhalten willst und schränke gegebenenfalls Ort und Quellen für Alerts ein

Alerts

Interessante neue Inhalte im Web verfolgen

Alert erstellen für...

Meine Alerts (4)

Konkurrent

Gebe hier Konkurrenten oder deine Branche ein

"Tim Brettschneider"

Growth Hacking

Online-Marketing Jena

Ich im Internet

Tim.brettschneider@g... +

Was passiert auf der Webseite des Konkurrenten?

Behalte die Seite deines Konkurrenten im Blick, neue Backlinks? Neue Technologie? Nutze das Tool SiteAlerts um auch hier im Bilde zu sein.

Hier geht es zum Tool [SiteAlerts](#).

- Gib die URL eines Konkurrenten ein
- Füge einen weiteren Konkurrenten hinzu
- Schau dir die Daten an
- Melde dich für die Emailupdates an
- Bekomme Mails wenn sich was bei deinem Konkurrenten tut

The screenshot shows the SiteAlerts interface for monitoring hubspot.com. The search bar at the top contains 'hubspot.com' and is highlighted with a red arrow and the text 'Konkurrent eingeben'. The interface displays several analytics sections:

- Referring Sites:** A list of websites that refer traffic to hubspot.com, including de.indeed.com, ronja.ch, adresse-webkatalog.de, stellenanzeige.monster.de, github.com, jobs.meinestadt.de, and stepstone.de.
- Traffic Sources:** A bar chart showing the percentage of traffic from different sources: Search (23.55%), Social (1.07%), Email (0.06%), Direct (49.06%), Referrals (26.13%), and Paid Referrals (0.12%).
- Social Referrers:** A bar chart showing the percentage of traffic from social media platforms: Facebook (95.21%), Twitter (11.91%), and Xing (4.79%).
- Marketing Grade: 71:** A section showing social media metrics: 0 Twitter followers and 664 Facebook fans. It also displays 113 inbound links and a traffic rank of 989,894.
- Related Sites:** A list of websites related to hubspot.com, including sitepoint.de, mobile-melting.de, piazz-entertainment.com, abavo.de, 2peaches.de, onwerk.de, appdream.de, app-entwicklung24.de, entwicklungsschmiede.de, and solid-apps.com.

Was passiert im Social Media?

Behalte deine Konkurrenten auch hier im Blick, lerne was seine Fans und Follower sagen. Sind die Kunden vielleicht unzufrieden und teilen das mit? Nutze das Feedback der Community deines Wettbewerbers!

- Like die Facebook Seite des Konkurrenten
- Folge der Konkurrenz bei Twitter
- Folge der Konkurrenz bei Google+
- Folge bei Pinterest, Instagram, Xing und LinkedIn (falls vorhanden)
- Plane einen Tag pro Woche um die Fans deiner Konkurrenz zu studieren
- Sind die Fans zufrieden? Sprechen diese bestimmte Themen an?
- Notiere welche Themen dein Konkurrent anschneidet?
- Welche Themen und Postingzeiten sind besonders beliebt?

Hat dein Konkurrent einen Blog?

Ein Blog ist eine tolle Möglichkeit Suchmaschinenrankings aufzubauen und Informationen zu teilen. Schau beim Konkurrenten welche Themen funktionieren und welche nicht, erkennst du vielleicht Trends die dein Wettbewerber vor dir besetzt?

- Welche Themen spricht dein Konkurrent im Blog an?
- Wie oft postet er neue Inhalte?
- Wie hoch ist die Beteiligung in Form von Kommentaren oder Bewertungen?
- Setzt dein Konkurrent auf Trends?
- Welche Elemente sind gut, welche kannst du besser machen?
- Notiere dir alles und erstelle dir einen Plan wie du die Daten für dich nutzen kannst.

Hat dein Konkurrent einen Newsletter?

Der Newsletter ist ein ideales Tool der Kundenbindung, außerdem kannst du bei der Konkurrenz lernen welche Themen auch für deine Zielgruppe interessant sind. Melde dich anonym an und spioniere Inhalte aus.

- Lege dir eine neue anonyme Emailadresse an (Gmail, Yahoo, GMX, etc.)
- Leite die Mails an deine normale Emailadresse weiter
- Melde dich zum Newsletter deiner Konkurrenten an
- Gibt es eine Willkommensmail?
- Wie oft sendet dein Konkurrent E-Mails?
- Welche Themen spricht er an?
- Schreibe deinem Konkurrent mit der neuen Emailadresse eine Antwort auf den Newsletter, wie reagiert er?
- Mache dir Notizen und werte die Daten aus
- Nutze die Erkenntnisse für deinen Newsletter

Behalte die Referenzen deiner Konkurrenz im Blick!

Dein Konkurrent hat viele Kunden und präsentiert diese stolz auf seiner Webseite? Deine Chance mehr über die Kunden herauszufinden und selbst neue Kunden zu finden. Schau nach Referenzen auf der Webseite und nutze diese für dich:

- Suche nach den Referenzen deines Wettbewerbers
- Erkennst du einen Trend in den Referenzen? Unternehmen eines Landkreises, Branche, etc.? Vielleicht ist das auch eine Chance für dich?
- Kontaktiere die Kunden deines Konkurrenten, frage anonym nach ob Sie deinen Konkurrenten empfehlen würden. (Du kannst behaupten du überlegst mit dem Unternehmen zu arbeiten und willst die Referenzen fragen ob Sie zufrieden sind, eine übliche Praxis.)
- Suche Konkurrenten der Kunden deines Wettbewerbers und versuche diesen etwas zu verkaufen.