

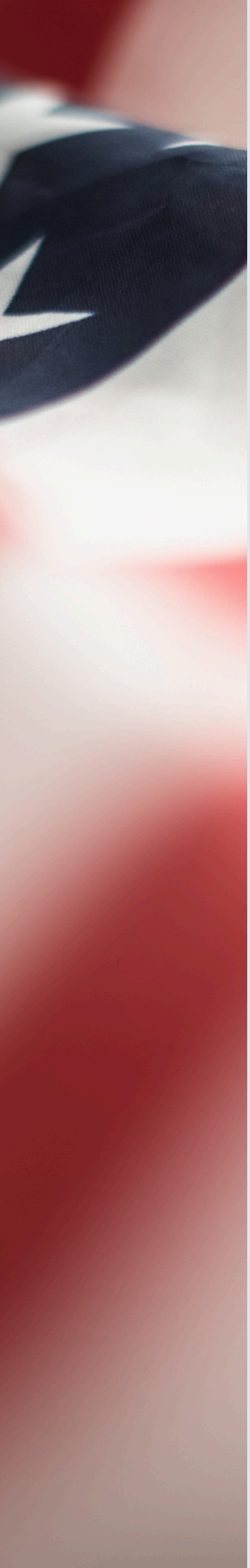
DER U.S. BUSINESS AUFBAU

WORKBOOK



BY ANDRE ACHTERMEIER

VIDEO 3.3



ÜBUNG 1: DIREKTE UND INDIREKTE KONKURRENZ ERKENNEN

Viele Gründer analysieren nur die Unternehmen, die exakt das gleiche anbieten.

Das ist ein Fehler.

Oft kommt der größte Wettbewerb von Unternehmen, die das Problem auf eine andere Weise lösen.

Deine Aufgabe ist es jetzt, beide Arten zu identifizieren.

SCHRITT 1:

Definiere noch einmal deine eigene Dienstleistung wie Du es bereits in den vorherigen Lektionen gemacht hast.

Schreibe in einem Satz auf:

Welche Dienstleistung bietest du an
und welches Problem löst du?

SCHRITT 2:

Finde **direkte** Konkurrenz.

Direkte Konkurrenz bedeutet:

Unternehmen mit dem gleichen Geschäftsmodell.

Unternehmen	Standort	Leistung

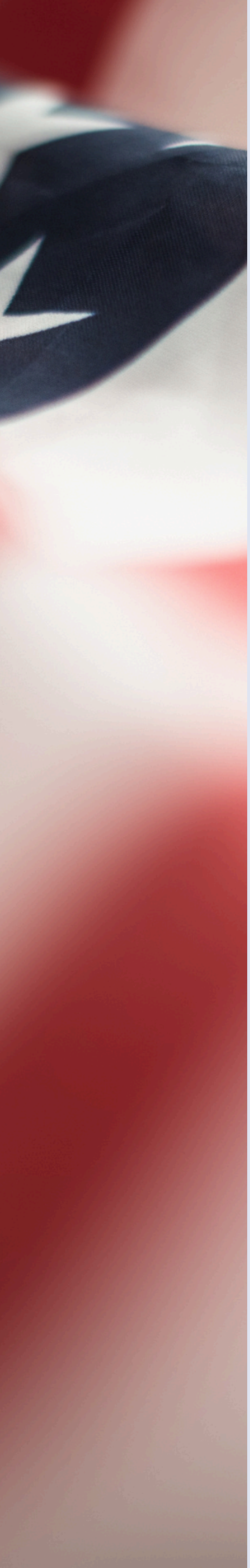
SCHRITT 3:

Finde **indirekte** Konkurrenz

Indirekte Konkurrenz bedeutet:

Unternehmen, die das gleiche Problem lösen, aber mit einer anderen Leistung.

Unternehmen	Standort	Leistung



ÜBUNG 2: DIE MARKTDICHTE VERSTEHEN

SCHRITT 1:

Gehe auf Google Maps und suche nach deinem Service.

Beispiele

Austin bookkeeping

Austin cleaning service

Austin landscaping

SCHRITT 2:

Zähle die Anbieter

Notiere:

Kategorie	Anzahl
Anbieter im Umkreis von 10 Meilen	
Anbieter mit über 50 Bewertungen	
Anbieter mit unter 10 Bewertungen	

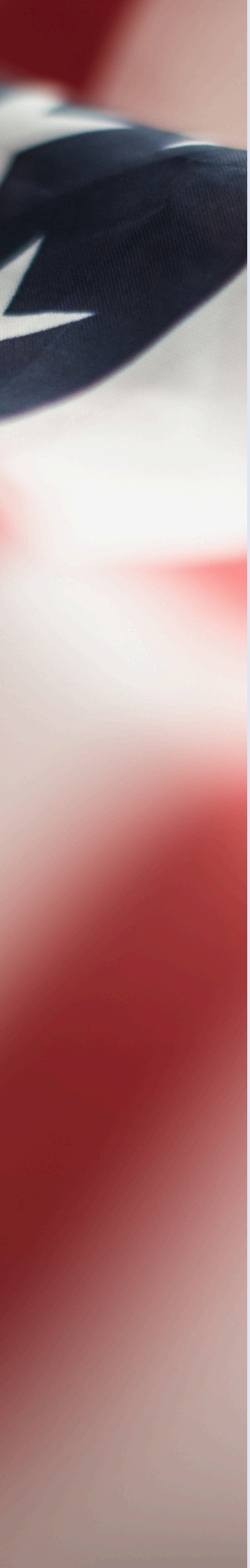
Was sagen dir diese Zahlen wirklich?

- viele Anbieter + viele Bewertungen → aktiver Markt
- viele Anbieter + wenige Bewertungen → schwache Anbieter
- wenige Anbieter → mögliche Marktlücke

Wichtig

Viele Anbieter sind kein Problem.

Viele Anbieter bedeuten meistens nur eines:
Der Markt funktioniert.



ÜBUNG 3: DER KONKURRENZ SCORE

Jetzt analysierst du deine Wettbewerber systematisch.

Suche dir jeweils immer 3 Konkurrenten aus deiner Liste aus und bewerte sie.

Kriterium	Konkurrent A	Konkurrent B	Konkurrent C
Google Bewertungen			
Website Qualität			
Social Proof			
Geschwindigkeit der Anfrage			
Preistransparenz			
Positionierung			

Wo ist die größte Schwäche im Markt?

Zum Beispiel:

- schlechte Websites
- langsame Antwortzeiten
- keine klaren Preise
- unklare Positionierung

Genau dort liegt deine Chance.