

Total Care Consulting

01

효율적인 경쟁사 분석방법



DOUBLEPIG
COMMUNICATIONS

경쟁사를 현명하게 선택하기

경쟁사 분석으로 뛰어난 효과를 얻기 위해서는 비즈니스를 신중하게 선택하는 것이 중요합니다. 경쟁할 수 없는 경쟁사를 선택하는 것만큼 쓸모없는 경쟁사 분석이 없죠. 경쟁사를 분석하는 것 자체도 비용과 노력이 투입되기 마련입니다. 현재 내 브랜드보다 조금 더 나은 브랜드거나 나를 따라잡으려고 하는 브랜드 등을 중심으로 다양한 경쟁사 목록을 만들어보시기 바랍니다. 경쟁사의 범위를 설정할 때는 경쟁사에 대해 공개된 정보를 바탕으로 설정해야 합니다. 매출액 등도 Nice 등에 공개되어 있지만 특히 브랜드명이 검색엔진에 검색되는 순위를 바탕으로 만들어보는 것도 좋은데요. 인지도와 규모는 어느 정도 비례하고 가장 쉽게 얻을 수 있는 자료인 만큼 검색엔진 순위는 많은 도움을 줄 것입니다.

핵심은 다양한 경쟁자로 리스트를 채우고 모든 경쟁자를 넣는 기준을 갖추는 것입니다.



비교할 요소를 파악하기

무엇을 비교할 것인지 파악도 그에 맞게 여러 요소를 비교하는 것도 중요합니다
비교할 사항을 모두 숫자로 정량화하는 것은 힘들지만 정량화해야 하는 무형의 지표가 분명히 있을 것입니다 최고의 가치와 의미를 갖기 위해서는 한 브랜드를 다른 브랜드와 비교하여 측정하는 데 사용할 몇 가지 주요 비교 요인을 식별해야 합니다.

흔히 비교하는 메트릭은 다음과 같은데요 ▶

이외에도 여러 요인이 존재하는데 결과적으로 경쟁도가 치열한 경쟁사인지 여부를 파악한 뒤 이 비교 요인들을 엑셀이나 스프레드시트에 정리하시기 바랍니다
이때는 이미 널리 알려진 템플릿을 바탕으로 비교 요인들을 조정하세요
시트를 공유하면서 모든 사람이 편하게 이해할 수 있는지 확인하세요
중요한 것은 명확한 개요를 가지는 것입니다 경쟁이 치열하고 중요한
순서대로 경쟁사를 나열한 뒤 데이터를 벤치마킹하며 추가하세요

1. 키워드 순위 ▼

2. 경쟁사 고유 키워드

(자사 브랜드도 활용할 수 있는)

3. 소셜 미디어 태그 수

4. 팔로워 수

5. 게시물당 참여자 수

6. 소셜 미디어 광고

(키워드 및 타겟팅)

7. 동업 인플루언서 수

8. 백링크 프로필 품질

9. 백링크 획득률

10. 다른 사이트 고객 리뷰 숫자

11. CPC 캠페인 키워드 순위

12. CPC 캠페인 타겟팅

13. 브랜딩 설문

14. 게시물 주제

15. 콘텐츠 발행 비율

16. 콘텐츠 홍보 채널



웹사이트 조사하기

경쟁사의 홍보 방식을 확인하고 트래픽을 유도하는 방법을 알기 위해서는 웹사이트를 분석하는 것도 중요합니다. 웹사이트 레이아웃을 살펴보고 탐색해 보세요. 전체적인 레이아웃의 디자인과 컬러 스토리 그리고 글의 톤 앤 매너까지 자세히 살펴보아야 합니다. 판매 페이지의 카피를 유심히 읽으며 경쟁사의 판매 포인트와 매력 요소가 무엇인지 정확히 알아내는 것도 중요한데요. 블로그를 작성하는 주제가 무엇이고 어떻게 마케팅에 도움이 되는지를 알아내야 합니다. 다만 숫자로 정량화하게 표시할 수 없는 부분들이고 도움 될 수 있는 지표를 정확히 알 수 없어서 나름대로의 기준을 가지고 경쟁사를 정확히 판단해야 합니다. 웹사이트가 바뀌는 점도 주기적으로 모니터링하는 것이 좋은데요.

경쟁업체가 업데이트하는 주기는 언제이며 무엇을 업데이트하는지 확인해서 그들이 계속 성장하고 있는지를 파악하세요.



더 큰 그림 보기

경쟁사 분석을 한다고 해서 상대사의 웹사이트나 백 링크 키워드에만 집중하면 다가 아닙니다 가장 집중해야 할 것은 큰 그림 전체 틀을 고려하는 것입니다
웹사이트가 별로라도 해당 경쟁사가 내가 하지 않는 광고 이를테면 라디오 TV 등에서 광고할 수 있으며 오프라인 매장이 잘 구축되어 있고 매장이 밀집된 지역을 중심으로 게릴라 광고를 진행하고 있을 수 있습니다 경쟁업체의 매장을 방문하고 SNS 나 Google에서의 경쟁사 입지를 종합적으로 확인하세요

이를 바탕으로 경쟁업체의 고객 서비스가 좋지 않다는 것을 알았다면 이를 판매 포인트로 삼아 불만을 품은 고객을 확보해야 합니다



가격 정책 살펴보기

경쟁력에서 가장 중요하게 살펴보아야 할 것은 무엇보다 품질과 가격입니다
품질의 경우 경쟁사 제품을 구매하며 자사 기술과 비교해 볼 수 있습니다
품질과 별개로 경쟁사 제품의 가격을 자사 제품과 비교해 보시기 바랍니다
경쟁사의 판매 포인트가 무엇이며 내 상품과 가격 정책이 다른 이유는
무엇인지도 살펴보시기 바랍니다

귀하의 제품이나 서비스가 경쟁업체보다 우수하면 더 높은 가격을
받는 것이 당연하지만 품질이 뛰어나지 않음에도 가격 정책을 높게
유지한다면 고객들의 선택을 받을 수 없습니다



제품 또는 서비스 테스트

제품과 서비스를 테스트하는 것은 중요하며 단순히 내 제품뿐만 아닌 경쟁사 제품이나 서비스를 테스트해야 합니다 특히 경쟁사들의 제품과 함께 고객들에게 제공해 보며 경험이나 만족도 등을 평가받는 것이 필요합니다 가장 중요한 데이터로 여러분에게 큰 도움이 될 것입니다

데이터 관리 플랫폼 씨그로 Cigro 와 함께하시면 보다 다양한 데이터를 획득하고 쉽게 관리할 수 있습니다

