

Konkurrenz Benchmark

1. Wettbewerber-Identifikation

- ☐ Top 3 direkte Konkurrenten (gleiches Produkt, gleiche Zielgruppe) lokalisiert.
- ☐ Top 2 indirekte Konkurrenten (andere Lösung für dasselbe Kundenproblem) lokalisiert.

2. Analyse des digitalen Auftritts

- ☐ Websites der Konkurrenz analysiert: Ladezeit, mobile Bedienbarkeit, Modernität.
- ☐ Struktur der Websites geprüft: Haben sie Landingpages für jedes Keyword? (Sichtbarkeits-Check in Google).
- ☐ Welche Call-to-Actions (CTAs) verwendet die Konkurrenz? Bieten sie Gratis-Audits oder eBooks an?

3. Stärken-/Schwächen-Profil (SWOT)

- ☐ Welche Schwächen haben die Konkurrenten? (z.B. veraltetes Design, keine klaren Preise, lahmer Support).
- ☐ Welche Stärken haben sie? (z.B. extrem stark in SEO, hochpreisiges Branding, massive Social-Media Reichweite).
- ☐ **Aktionsplan:** In welche der gefundenen "Lücken" können wir sofort mit unserem eigenen Angebot vorstoßen?