

WAAROM?

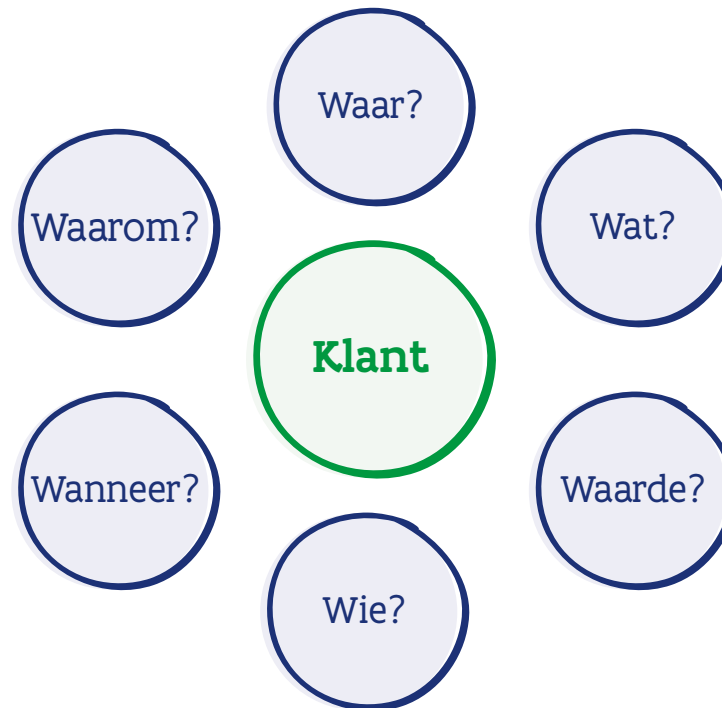
- Waarom kiest de klant voor jouw concurrent: reputatie, geschiedenis, bekendheid, positionering, verrassing, ... bij bepaalde klantengroepen?
- Is de concurrent onderscheidend in zijn communicatie en/of prijs?

WANNEER?

- Wanneer kan de klant terecht bij jouw concurrent?
- Wanneer kan de klant producten/diensten bekomen?
- Zijn er (beperkte) openingsuren/sluitingsdagen of is de concurrent altijd online/mobiel bereikbaar?

WIE?

- Via welke kanalen is je concurrent bereikbaar? Van wanneer tot wanneer?
- Op welke manier communiceert jouw concurrent: algemeen (via contactformulier naar info-adres) of persoonlijk (via specifieke contactgegevens van verschillende medewerkers)?



WAAR?

- Waar heeft de klant contact met jouw concurrent? Check de offline locatie, online vindbaarheid en allround bereikbaarheid.
- Hoe spreekt het eerste contactpunt (bv. de etalage of de homepage) de klant aan? Wat is de look & feel? Hoe worden je zintuigen aangesproken?

WAT?

- Wat biedt jouw concurrent aan: een breed aanbod of een niche-aanbod?
- Wat zijn de 3 voornaamste USP's van jouw concurrent?
- Kan je producten uittesten in de winkel? Of kan je ze thuis uittesten en daarna terugbrengen?
- Hoe verloopt de klachtenbehandeling en wat is de policy voor omruiling?

WAARDE?

- Wat is de prijs-kwaliteitverhouding van de producten/diensten van jouw concurrent? En is de prijs eerder laag of hoog?
- Zijn er tijdelijke/vaste acties, aanbiedingen, kortingen?
- Waar speelt jouw concurrent op in: behoren tot een community, beleving, prestige, ...