Por que fazer analise de competidores?

Ajuda você a resolver problemas de usabilidade

Entender onde seu produto ou serviço esta posicionado no mercado

Para informar o processo de design

Conhecer os pontos fortes e fracos da sua concorrência

Adquirir provas confiáveis ao fazer alterações no produto

Faça seus esforços em um mercado alvo

O que é competição?

Competição não é tão clara quanto parece

Ou seja, empresas normalmente tem competidores diretos e indiretos. Aprenda a identificar seus competidores.

Analisando a competição

3 metodos de analise:

Inventario de recursos

Vantagens e Deltas

Pesquisa detalhada

Inventario de recursos

O formato básico é uma tabela de excel simples, com concorrentes em um lado e alguns critérios para comparação no outro. Parametos de features

Vantagens e Deltas

O nome já diz tudo, pontos positivos e pontos negativos de cada competidor.

Compara você e o outro competidor, o que oferecem, principalmente, qual valor, task bem feita e não tao bem feitas.

Pesquisa detalhada

Esse é o tipo de pesquisa mais detalhada, onde você vai descrever cada feature e porque é positiva ou negativa.

Ao final do exercício marcar os quadros que são extremamente positivos para o usuário

Quais questões se perguntar enquanto faz a análise

Voce viu algo que pode ser útil para seu projeto de design

Ao invés de falar isso “Vamos fazer como eles!”

Obviamente você não vai copiar as features do seu competidor. Entenda o seu contexto e como seu usuário se beneficia com o que o competidor faz.

Por que eu gostei da experiência com esse produto?

UI está bem feito?  
Porque esse UI é bom ou ruim?

Como se encaixa no meu projeto?

Qual a feature que mais me chamou atenção?

Quais os problemas de usabilidade encontrados?

O que eles poderiam melhorar no produto?

Nunca analise so 1 competidor

Ao mesmo tempo analisar TODOS, vai te custar muito mais recursos do time e o resultado pode começar a confundir e divergir um pouco do objetivo principal

Não considerar concorrentes é uma armadilha, “não queremos copiar ninguém, somos únicos”

Sejamos honestos, você não é o novo Uber.

Adicione so competidores relevantes.