## Bảng phân tích các đối thủ cạnh tranh

(Competitive Analysis Worksheet)

Đối với mỗi yếu tố được liệt kê trong cột đầu tiên, hãy đánh giá xem bạn cho rằng đó là điểm mạnh hay điểm yếu (S hoặc W) đối với doanh nghiệp của bạn và đối thủ cạnh tranh của bạn. Sau đó, xếp hạng mức độ quan trọng của từng yếu tố đối với khách hàng mục tiêu của bạn theo thang điểm từ 1 đến 5 (1 = rất quan trọng; 5 = không quan trọng lắm). Sử dụng thông tin này để giải thích lợi thế và bất lợi cạnh tranh của bạn.

Đối với mỗi yếu tố, đánh giá xem đó là điểm mạnh hay điểm yếu của doanh nghiệp mình và đối thủ (S-mạnh, W-yếu). Sau đó, đánh giá mức độ quan trọng giữa các nhân tố đối với khách hàng từ 1 đến 5 (1 = rất quan trọng, 5 = không quan trọng)

| Nhân tố | Chúng ta | Thế giới in ấn  (thegioiinan.com) | Nhà in online  (nhainonline.com) | In ấn ưu việt  (inanuuviet.com) | Tầm quan trọng đối với khách hàng |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sản phẩm | S | S | S | S | 1 |
| Giá | S | S | W | S | 1 |
| Chất lượng | S | S | S | S | 1 |
| Lựa chọn | S | W | W | W | 2 |
| Dịch vụ | S | S | S | S | 2 |
| Độ tin cậy | W | S | S | S | 1 |
| Sự ổn định | S | S | S | S | 3 |
| Chuyên môn | W | S | S | S | 2 |
| Danh tiếng công ty | W | S | W | W | 2 |
| Địa điểm | S | W | W | W | 1 |
| Hình thức bên ngoài | W | S | S | S | 2 |
| Phương thức bán hàng | S | W | W | W | 2 |
| Chính sách tín dụng | W | W | W | W | 2 |
| Quảng cáo | W | W | W | W | 2 |
| Hình ảnh | S | S | S | S | 2 |

Nguồn dữ liệu thu thập và đánh giá:

[1] Thế giới in ấn

<https://thegioiinan.com/>

[2] Nhà in online

<https://nhainonline.com/>

[3] In ấn ưu việt

<https://inanuuviet.com/>

Nhận xét:

* Dựa vào bảng trên chúng ta có thể nhận thấy được lợi thế của doanh nghiệp chúng ta ở yếu tố giá, lựa chọn và địa điểm và phương thức bán hàng
* Những điểm có khả năng cạnh tranh thua kém, là ở các yếu tố chuyên môn và độ tin cậy, cần có những biện pháp để bù đắp