

# Kommunikationstechnik

## 20. Praktikum

### Thema: Website-Konkurrenzanalyse

Florian Stocker

17.05.2023 KW20

Lehrer: Herrn Maulhardt

E-Mail: [maulhardt@nta-isny.de](mailto:maulhardt@nta-isny.de)

NTA Isny



## Ablaufplan eines professionellen Website – Konkurrenzanalyse

### **Keywords:**

Usability-tests

benchmark tests

Fragebogen

eye-tracking

Farblehre



## Inhaltsverzeichnis

1. Zielsetzung festlegen .....	3
2. Auswahl der Wettbewerber .....	3
3. Datenerhebung .....	3
4. Analyse der Website-Leistung .....	3
5. Inhaltsanalyse .....	3
6. SEO-Analyse .....	4
7. Social-Media-Analyse .....	4
8. SWOT-Analyse .....	4
9. Ableitung von Handlungsempfehlungen .....	4
10. Überwachung und regelmäßige Aktualisierung: .....	4
11. Usability-Tests: .....	5
12. Benchmark-Test: .....	5
13. Eye Tracking: .....	5
14. Farblehre: .....	5
15. Quellenangabe .....	6



## 1. Zielsetzung festlegen

Definieren Sie klare Ziele für die Konkurrenzanalyse, z. B. Identifizierung der Wettbewerber, Analyse ihrer Stärken und Schwächen, Bewertung der Website-Leistung, etc.

## 2. Auswahl der Wettbewerber

Identifizieren Sie die Hauptkonkurrenten Ihrer Website. Dies können direkte Wettbewerber sein, die ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten, oder indirekte Wettbewerber, die ähnliche Bedürfnisse ansprechen.

## 3. Datenerhebung

Sammeln Sie relevante Daten zu den ausgewählten Wettbewerbern. Dazu gehören Informationen wie Website-URLs, Traffic-Statistiken, Backlinks, Keyword-Rankings, Social-Media-Aktivitäten, Content-Strategien usw.

## 4. Analyse der Website-Leistung

Untersuchen Sie die Performance der Konkurrenzwebsites anhand verschiedener Metriken wie Ladezeiten, Benutzerfreundlichkeit, Responsiveness, Design, Navigationsstruktur usw.

## 5. Inhaltsanalyse

Analysieren Sie den Inhalt der Konkurrenzwebsites, um herauszufinden, welche Themen und Keywords sie abdecken, wie sie ihre Inhalte strukturieren und präsentieren, ob sie Blog- oder Ressourcenbereiche haben, und welche Art von Medien sie verwenden (Text, Bilder, Videos, etc.).



## 6. SEO-Analyse

Untersuchen Sie die Suchmaschinenoptimierung (SEO) der Konkurrenzwebsites. Analysieren Sie deren Keyword-Strategien, On-Page-Optimierung, Meta-Tags, interne Verlinkung, externe Verweise (Backlinks), Social Signals und andere relevante Faktoren.

## 7. Social-Media-Analyse

Überprüfen Sie die Aktivitäten der Konkurrenten in den sozialen Medien. Analysieren Sie ihre Präsenz, Anzahl der Follower, Engagement-Raten, geteilte Inhalte, Werbekampagnen und andere relevante Aspekte.

## 8. SWOT-Analyse

Erstellen Sie eine SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Bedrohungen) für jeden Wettbewerber. Identifizieren Sie deren Alleinstellungsmerkmale, Schwachstellen, Marktchancen und potenzielle Bedrohungen.

## 9. Ableitung von Handlungsempfehlungen

Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen aus der Konkurrenzanalyse, leiten Sie Handlungsempfehlungen für Ihre eigene Website ab. Identifizieren Sie Bereiche, in denen Sie sich verbessern können, und entwickeln Sie Strategien, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

## 10. Überwachung und regelmäßige Aktualisierung:

Konkurrenzanalysen sollten regelmäßig durchgeführt werden, um Änderungen in der Wettbewerbslandschaft zu erfassen. Überwachen Sie kontinuierlich die Aktivitäten und Entwicklungen Ihrer Konkurrenten, um auf dem Laufenden



## **11. Usability-Tests:**

Usability-Tests sind Tests, die durchgeführt werden, um die Benutzerfreundlichkeit einer Website oder eines Produkts zu bewerten. Dabei werden echte Benutzer eingeladen, verschiedene Aufgaben auf der Website auszuführen, während ihre Interaktionen und Reaktionen beobachtet und aufgezeichnet werden. Ziel ist es, potenzielle Probleme oder Schwierigkeiten zu identifizieren, die Benutzer bei der Nutzung der Website haben könnten, um Verbesserungen vornehmen zu können.

## **12. Benchmark-Test:**

Ein Benchmark-Test ist ein Vergleichstest, der durchgeführt wird, um die Leistung einer Website, eines Produkts oder eines Prozesses im Vergleich zu anderen zu bewerten. Dabei werden bestimmte Metriken oder Kriterien festgelegt, anhand derer die Leistung gemessen wird. Benchmark-Tests ermöglichen es, Stärken und Schwächen zu identifizieren und Best Practices zu erkennen, um die eigene Leistung zu verbessern.

## **13. Eye Tracking:**

Eye Tracking ist eine Technologie, mit der die Bewegungen und Fixierungen der Augen eines Benutzers verfolgt werden können. Durch die Verwendung von spezieller Hardware oder Software kann festgestellt werden, auf welche Teile einer Website oder eines Produkts die Benutzer ihre Aufmerksamkeit richten und wie lange sie dort verweilen. Eye Tracking wird oft eingesetzt, um das Benutzerverhalten und die Aufmerksamkeitsmuster zu analysieren und die Gestaltung von Websites oder Produkten zu optimieren.

## **14. Farblehre:**

Farblehre bezieht sich auf das Studium und die Anwendung von Farben in Design und visueller Kommunikation. Sie umfasst Aspekte wie Farbtheorie, Farbpsychologie, Farbharmonie und Farbkombinationen. Durch das Verständnis der Farblehre kann man gezielt Farben auswählen und kombinieren, um bestimmte Stimmungen, Emotionen oder Wahrnehmungen hervorzurufen und die visuelle Wirkung von Websites oder Designs zu verbessern. Farblehre ist wichtig, um die Farbauswahl auf einer Website ansprechend und effektiv zu gestalten.



## 15. Quellenangabe

<https://omr.com/de/reviews/contenthub/konkurrenzanalyse-tools>

<https://google.com>

