

SCHEDA GRATUITA

Scheda analisi concorrenti

Chi sono i tuoi veri concorrenti (incluso il «non fare niente») e cosa guardare davvero: prezzi, parole, recensioni. In un pomeriggio.

I tuoi veri concorrenti non sono solo chi fa il tuo mestiere: sono tutte le alternative che il cliente ha in testa. Scrivine tre — e ricordati la più forte di tutte: **non fare niente**.

Le 3 alternative che il tuo cliente considera

1.
.....
2.
.....
3.
.....

La 4^a, sempre presente: **NON FARE NIENTE** — rimandare, arrangiarsi. Fino al 40-60% delle scelte finisce qui.

Cosa guardare (compila una riga per concorrente)

Chi	Prezzo (cosa comprende)	Parole con cui si presenta	Recensioni 2-3★: lamentele che tornano
Concorrente 1			
Concorrente 2			
Concorrente 3			
Concorrente 4			

Cosa NON guardare

X follower · X like · X quanto pubblicano

Si vedono da fuori proprio perché non contano: nessuno espone fatturato o clienti che tornano.

Il limite del pomeriggio

Questa analisi si fa **una volta** e poi si chiude. Controllare i concorrenti ogni settimana non è strategia: è rimandare il lavoro sulla tua attività.

La domanda che chiude il lavoro

Cosa dico oggi (sito, social, preventivo) che parla contro il «non fare niente»?

Se non stai dicendo niente contro il «non fare niente»,

hai trovato il primo lavoro da fare. — [automatizzaconia.it](https://www.automatizzaconia.it)