

Concurrentie analyse v2.1

Stageperiode 2009-2010 2.2

Michael Blokland

20054087

Communication & Multimedia Design



Inhoudsopgave

Inleiding	3
H1 Aanpak	4
H2 Wat kan Rasto voor de consumenten betekenen?	5
H3 Wat voor klanten heeft Rasto?	6
H4 Wat zijn mogelijke concurrenten voor Rasto?	7
H4.1 Webdesign concurrenten:.....	7
H4.2 Videoproductie concurrenten:.....	8
H5 Wat willen we weten?	9
H6 Sterke en zwakke punten ten opzichte van de concurrentie	10
H7 Waarin onderscheiden de producten en diensten zich?	11
H8 Wat zijn de succesfactoren?	12
H9 Conclusie	13

Inleiding

Om de kansen voor nieuwe (markt)ideeën in te kunnen schatten is het belangrijk om te onderzoeken wat de concurrenten doen. Een concurrentieonderzoek is handig omdat je kunt leren van de strategie van concurrenten, en daarmee je eigen traject beter kan bepalen.

Ik heb informatie over een aantal concurrenten verzameld en deze geordend om een goed beeld van de concurrenten te krijgen. Dit was buitengewoon lastig te doen omdat Rasto zijn diensten in een tussen segment van de markt aanbied aan hun klanten. Rasto levert dan eigenlijk een vrij unieke dienst waardoor er slechts geringe concurrentie is.

H1 Aanpak

We hebben onder andere dankzij de identiteitsanalyse geconstateerd dat Rasto problemen heeft met de herkenbaarheid van haar websites. Zoals in de opdrachtomschrijving te lezen is hebben de websites 2 verschillende logo's en graag wil Rasto dat nog even zo houden. Daarom zal er een alternatieve optie bedacht moeten worden om toch de websites met elkaar "te verbinden".

Zoals in de inleiding te lezen is heb ik informatie over een aantal concurrenten verzameld en deze geordend om een goed beeld van de concurrenten te krijgen. Daarnaast heb ik gekeken of er een verband is tussen succesvolle bedrijven en het gebruik van beeldmerken en of avatars. Ik heb dan ook gekeken wat voor bedrijven hun website laten maken door de grote aanbieders en welke bij de kleine. Daarnaast heb ik dan geprobeerd een patroon te ontdekken in het gebruik van beeldmerken en het succes van het bedrijf, er van uit gaande dat de succesvolle bedrijven meer geld hebben en dus over het algemeen aan zullen kloppen bij de meer ervaren en grotere aanbieders op het gebied van webdesign.

Iedereen die intensief met (web)design bezig is weet dat er recent erg veel wordt geëxperimenteerd met Avatars. Avatars worden overal geïntroduceerd, zo kun je ze vinden op online profielen zoals op forums en weblogs maar bijvoorbeeld ook bij instant messenger programma's zoals MSN, Yahoo, google chat of community websites zoals Twitter, Myspace, Facebook of Hyves. Daarom heb ik dit dan ook als een van de grote kanshebbers voor het probleem extra in het oog gehouden.

Ik heb deze analyse opgedeeld in vragen die mij inzicht moeten geven in onder andere de huidige status van Rasto in het bedrijfsleven.

- Wat doet Rasto voor werk?
- Wie/ wat voor klanten komen naar Rasto toe?
- Wat voor concurrenten heeft Rasto?
- Wat zijn de sterke en of zwakke punten van Rasto?
- Waarin onderscheiden de producten van Rasto zich?
- Wat zijn de Succesfactoren van Rasto?

H2 Wat kan Rasto voor de consumenten betekenen?

Rasto kan meerdere dingen voor de consumenten betekenen. Zo kan je een bestaande website laten onderhouden of updaten. Maar kan je ook een hele nieuwe website laten maken met webbased applicaties. Het is maar net wat je wilt en wat het budget is. Daarnaast verzorgt Rasto kleine videoproducties. Hierbij zou je kunnen denken aan korte reclame filmpjes voor bijvoorbeeld op de website van de klanten of viral producties voor reclame doeleinden maar ook kan er voor gekozen worden om een gebeurtenis en of evenement te laten filmen. Bijvoorbeeld de opening van een nieuw gebouw of een uitstapje van de zaak!

H3 Wat voor klanten heeft Rasto?

Over het algemeen zijn de meeste klanten van Rasto kleine tot middel grote bedrijven en startende bedrijven met weinig tot gemiddelde ervaring met webdesign en videoproducties. Deze bedrijven zijn dan op zoek naar een bedrijf die dan bijvoorbeeld hun website kan omtoveren naar een professionele website of een bedrijf die de opening van een nieuwe locatie op film vast kan leggen. Zo zijn er soms projecten die slechts een week duren maar ook zijn er zo nu en dan projecten die soms wel 2 maanden lang kunnen lopen in verband met een uitgebreid reclameplan.

Je zou kunnen zeggen dat de meeste klanten van Rasto bedrijven zijn die op zoek zijn naar professionele kwaliteit van de eindproducten voor een in verhouding lage prijs. Simpele producties met een professioneel uiterlijk en op korte termijn leverbare oplossingen voor webdesign en webapplicaties.

Omdat over het algemeen deze bedrijven relatief nieuw zijn betekend dit vaak ook dat de managers en of directeur(en) ook relatief jong zijn. Dit heeft dan ook invloed op de wensen van het webdesign. Frisse en strakke websites met de nieuwste functies en onderdelen (denk aan Flash, Java, Active X etc.) zijn dan ook dagelijkse koek voor het design team.

H4 Wat zijn mogelijke concurrenten voor Rasto?

Omdat Rasto twee afdelingen heeft zijn de concurrenten te verdelen in twee categorieën. Allereerst is er concurrentie op het webdesign gedeelte van het bedrijf, daarnaast is er voor de videoafdeling apart een concurrentie categorie. Hieronder zal ik de categorieën apart behandelen.

H4.1 Webdesign concurrenten:

Kleine (onervaren) bedrijven voor webdesign

Deze bedrijven zijn soms in staat om voor nog kleinere bedragen hun diensten te leveren maar zijn dan vaak niet berijdt om service te geven voor het onderhoud hiervan. Ook is de kans dat er webapplicaties op maat gemaakt kunnen worden erg klein. Hosting wordt vaak extern geregeld wat weer problemen op de lange termijn met zich mee kan brengen voor de klant.

Veel klanten die naar Rasto stappen hebben hun eerste website op deze manier opgebouwd en zijn nu op zoek naar een groter (beter) en professioneler bedrijf die alles centraal kan regelen.

Amateur webdesign bedrijven:

- Fine Web Art (<http://www.finewebart-webdesign.nl/>)
- Leiden Webdesign (<http://www.leidenwebdesign.nl/>)
- SKC Design (<http://www.skcdesign.nl/>)

Grote (ervaren) webdesign bedrijven

Deze bedrijven hebben veel ervaring en bieden een breed scala aan expertise aan de klant, alles is mogelijk en op korte termijn beschikbaar. Hosting gebeurt intern en voor service achteraf worden contracten afgesproken.

De klanten van Rasto kunnen vaak niet de hoge kosten van deze bedrijven betalen maar zijn wel op zoek naar de zelfde resultaten en kwaliteit.

Grote webdesign bedrijven:

- Tam Tam (<http://www.tamtam.nl/home/>)
- Conk (<http://www.conk.nl/>)
- Momkai (<http://www.momkai.com/>)
- Rhino Creations (<http://www.rhinocreations.com/>)

H4.2 Videoproductie concurrenten:

Amateur producties

Er zijn genoeg mensen te vinden met een degelijke filmcamera die voor hun hobby korte films en documentaires maken. Vaak zijn deze mensen erg creatief en kunnen voor weinig geld veel maken voor een bedrijf. Echter blijft de eindkwaliteit van de producten er altijd amateuristisch uit zien omdat de apparatuur waar mee gewerkt wordt niet van professionele kwaliteit is. Dit kan ook niet anders aangezien alleen een professionele camera al snel zo'n 3000+ euro kost. Daarnaast is er uitvoerige kennis nodig om deze te bedienen en om rekening te kunnen houden met de belichting van de locaties.

Rasto heeft mensen in dienst die jaren ervaring hebben met Professionele apparatuur en met het filmen van kleine producties. Daarnaast heeft Rasto wel de capaciteit om professionele apparatuur aan te schaffen en door slim gebruik te maken van de apparatuur kan men met 1 of 2 camera's meerdere producties aan door het gebruik van de camera's te verdelen over de producties.

Kleine videoproductie bedrijven:

<http://home.tiscali.nl/cccsoundvisuals/index3.html>

Grote videoproductie bedrijven

Rasto heeft toch enigszins te maken met grote videobedrijven omdat deze de zelfde dienst leveren. Echter kost het voor heel veel startende bedrijven veel te veel geld om een professionele reclame voor hun bedrijf te laten maken met acteurs en alles wat er bij komt kijken.

Omdat Rasto geld bespaard op apparatuur en acteurs kan men op semiprofessioneel niveau hun videoproducties aanbieden. Dit is dan ook vaak goed genoeg voor de bedrijven die net starten of gewoon klein zijn en een beperkt budget hebben voor marketing.

Grote videoproductie bedrijven:

- More Films <http://www.morefilms.nl/MOREfilms.html>
- Bluedrop <http://www.bluedrop.nl/index.html>
- Fourcorners <http://www.fourcorners.nl/demo.html>
- Beelding [http://www.beelding.nl/dvd en video.php](http://www.beelding.nl/dvd_en_video.php)

H5 Wat willen we weten?

Het is algemeen bekend dat een avatar kan helpen om de naamsbekendheid te verhogen van een bedrijf en het een extra herkenningpunt kan zijn in de vorm van een beeldmerk. Nu willen wij natuurlijk weten of een avatar zou helpen om het probleem van Rasto op te lossen. De verwarring weghalen dat het voor de klanten lijkt dat er twee losse bedrijven onder de naam Rasto opereren!

H6 Sterke en zwakke punten ten opzichte van de concurrentie

Sterke Punten

- Professionele eindproducten voor een semiprof prijs
- 1 op 1 contact met de opdrachtgever
- Dynamisch team met veel ervaring
- Zowel filmproducties, Hosting, webdesign als applicatieontwikkeling onder 1 dak
- Goede naam

Zwakke punten

- Omdat er relatief weinig apparatuur aanwezig is moet er veel gepland worden voor het gebruik van deze apparaten zodat deze altijd beschikbaar zijn wanneer deze nodig zijn. Dit kan soms onnodig veel tijd kosten of verwarring veroorzaken binnen de projecten
- Het kan zo zijn dat er soms minder winst gemaakt wordt op een project omdat er spullen en mensen ingehuurd moeten worden om de werkdruk aan te kunnen.
- Naamsbekendheid wordt voornamelijk verspreid door mond op mond reclame waardoor dit traag kan verlopen.
- Huidige webdesign van hun eigen pagina's schept verwarring over de mogelijkheden en de diensten die het bedrijf levert

H7 Waarin onderscheiden de producten en diensten zich?

- De diensten en producten die Rasto levert hebben zien er professioneel uit maar kosten vaak een fractie van wat men normaal zou moeten betalen aan een groot commercieel bedrijf. Dit komt omdat deze onder andere veel geld uitgeven aan dure bedrijfslocaties, dure reclame campagnes en vaak een overbezetting aan experts in huis hebben.
- 1 op 1 contact met de bedrijfsleider en projectmanagers is bij Rasto geen probleem en vaak onderdeel van het initiële startproces van elk project, deze mensen zijn goed bereikbaar en aanpassingen en of updates tijdens het project zijn dan ook vaak nog te realiseren.
- Rasto werkt ook samen met de klanten aan een oplossing wanneer de klant zelf nog niet goed weet wat hij wil.

H8 Wat zijn de succesfactoren?

De producten en diensten van Rasto onderscheiden zich van andere bedrijven door een goede kwaliteit te leveren tegen een lage prijs. Daarnaast staat de service naar de klanten toe erg hoog op de lijst van prioriteiten binnen het bedrijf. Het bedrijf is in staat om gemakkelijk up-to-date te blijven door gebruik te maken van stagiaires.

Rasto maakt dus gebruik van de zwakke punten van de concurrentie en maakt daar zijn sterke punten van!

H9 Conclusie

Uit dit onderzoek is gebleken dat de klanten die aankloppen voor een website bij de grote webdesign bedrijven over het algemeen een duidelijk imago mee krijgen die terug te vinden is in de manier waarop hun website in elkaar steekt en hoe deze over komt. Dit is vooral goed terug te zien in de websites van echt grote bedrijven waar de stijl van het bedrijf terug te vinden is in hun webpagina. Bij de kleinere websites die gemaakt zijn door de kleinere webdesign bedrijven is dit vaak beduidend minder wat waarschijnlijk komt door het gebrek aan ervaring, mankracht en budget.

Bij de grote websites die gemaakt zijn door de grote webdesign bedrijven is er steeds weer een duidelijke huisstijl terug te vinden en is er een duidelijk beeldmerk welke doorgevoerd wordt aanwezig. Meestal zal deze al aangeleverd zijn geweest voordat de website gemaakt werd maar dat neemt niet weg dat hier uitvoerig bij stilgestaan is. Een voorbeeld hiervan zijn nieuwe (promotie) sites voor merken die al lang hun plaats in de markt veroverd hebben maar een nieuw product willen lanceren. Nieuw product, nieuwe site, zelfde huisstijl, zelfde logo!

Zo nu en dan zie je een avatar terug komen op deze websites wat natuurlijk fantastisch is voor dit onderzoek! Denk bijvoorbeeld aan Fido Dido die recent weer door het merk 7up weer tot leven is geroepen, en hierdoor de verkoopcijfers weer flink omhoog zijn gegaan. Dit kan je onder andere duidelijk zien aan de schappen in de supermarkten die weer beduidend groter zijn geworden sinds de reclame campagne en aan de hoeveelheid mensen die het weer zijn gaan drinken in het uitgaansleven!

De sites die gebruik maakten van een avatar waren in dit onderzoek te allen tijde van grote merken en of bedrijven, waardoor ik de conclusie kan trekken dat dit nogmaals een werkende oplossing is voor het probleem van Rasto. Niet alleen omdat de concurrentie dat doet maar ook bijvoorbeeld omdat een avatar een mooie toevoeging zou zijn aan het imago van het bedrijf en omdat het goed is om als bedrijf zelf een goede indruk achter te laten bij de klanten. Dit zodat de klant kan zien dat het bedrijf goed in staat is om de identiteit van het bedrijf terug te laten komen in het design van hun website.