

Основы конкурентного анализа в  
офлайн и онлайн среде

## Отстроиться от конкурентов – показать, чем ваше предложение выгоднее и удобнее

Если вы продаете или предлагаете что-то полезное, у вас точно есть конкуренты. Люди будут выбирать между предложениями, и ваша задача сделать так, чтобы выбрали именно вас.

Каждый продукт удовлетворяет какую-то потребность. Ваши конкуренты – это любая компания, программа, ресурс, книга и т.д., удовлетворяющие такую же потребность.

Допустим, вы продаете кожаные сумки.

Потребность: носить с собой вещи и хорошо выглядеть.

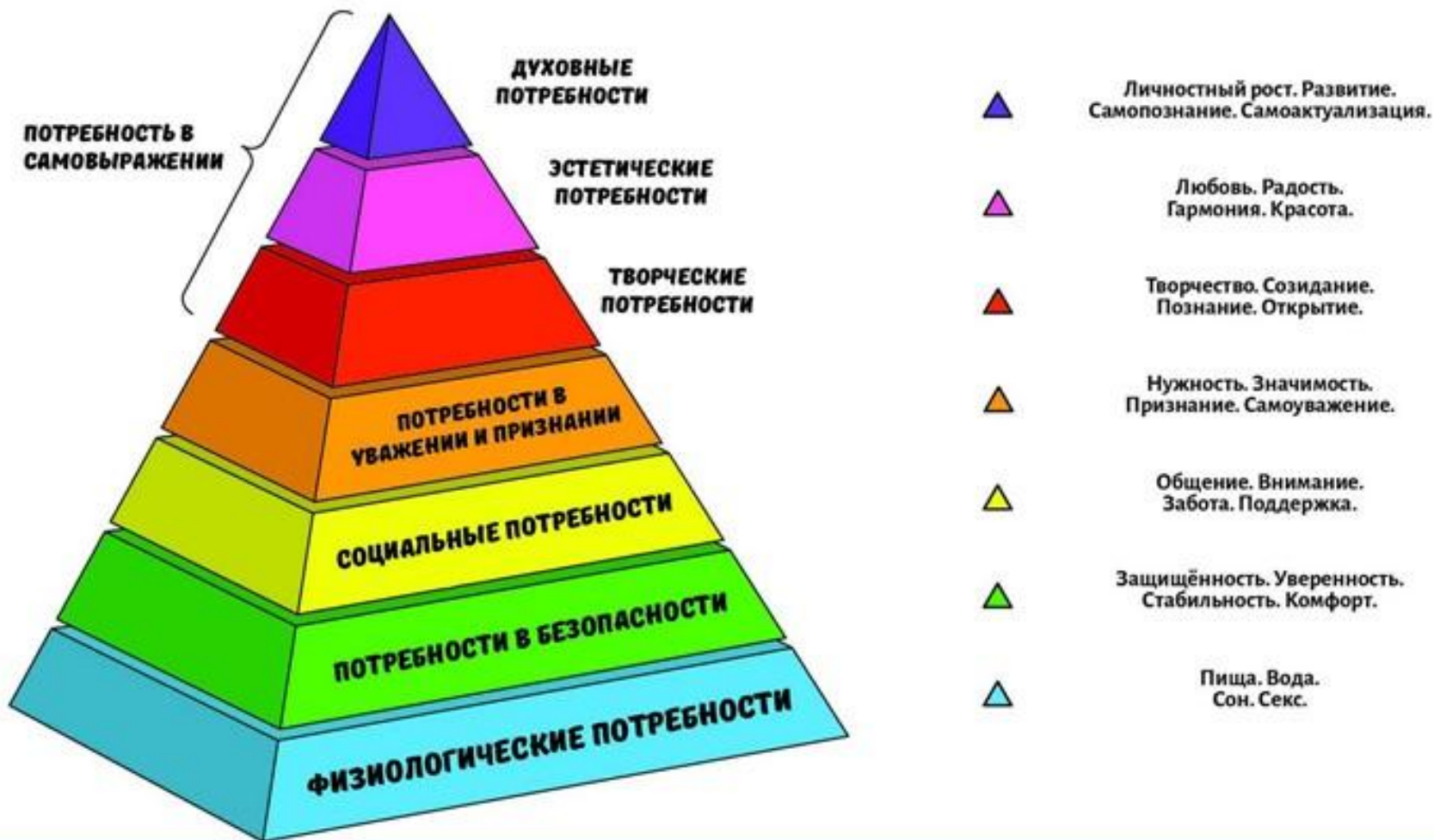
Конкуренты: производители таких же сумок, рюкзаков, производители аксессуаров.

Или вы продаете курсы по тайм-менеджменту.

Потребность: успевать больше и не забывать важное.

Конкуренты: другие курсы и тренеры, книги и блоги по тайм-менеджменту, планировщики задач и календари, дзен-курсы о том, что успевать больше не надо, а надо жить спокойно.

# Пирамида потребностей по Маслоу



Источник для сбора информации о конкурентах	Описание
Поиск в интернет	посмотрите, на сайты каких компании попадает потребитель, когда ищет товар или услугу
Опрос экспертов рынка или менеджеров по продажам	задайте два вопроса – каких игроков рынка Вы считаете ключевыми и перечислите все компании, которые ведут свой бизнес на рынке
Мониторинг мест продаж	часто достаточно посмотреть на полку в магазине для формирования представления о количестве и значимости конкурентов
Отраслевые обзоры и аналитические статьи	часто по рынку существуют обзоры или статьи, в которых перечисляются ключевые игроки, а также часто указывается дополнительная информация по конкурентам
Опросы целевых потребителей	задайте потребителям рынка три вопроса: Какие марки товаров или услуг Вы знаете (в рамках целевого рынка)? Между какими марками делаете свой выбор? Товары каких компаний покупаете чаще всего?
Тематические выставки, конференции и семинары	просмотрите архивы участников недавно прошедших мероприятий, сходите на такие мероприятия, соберите контакты



# Кейс

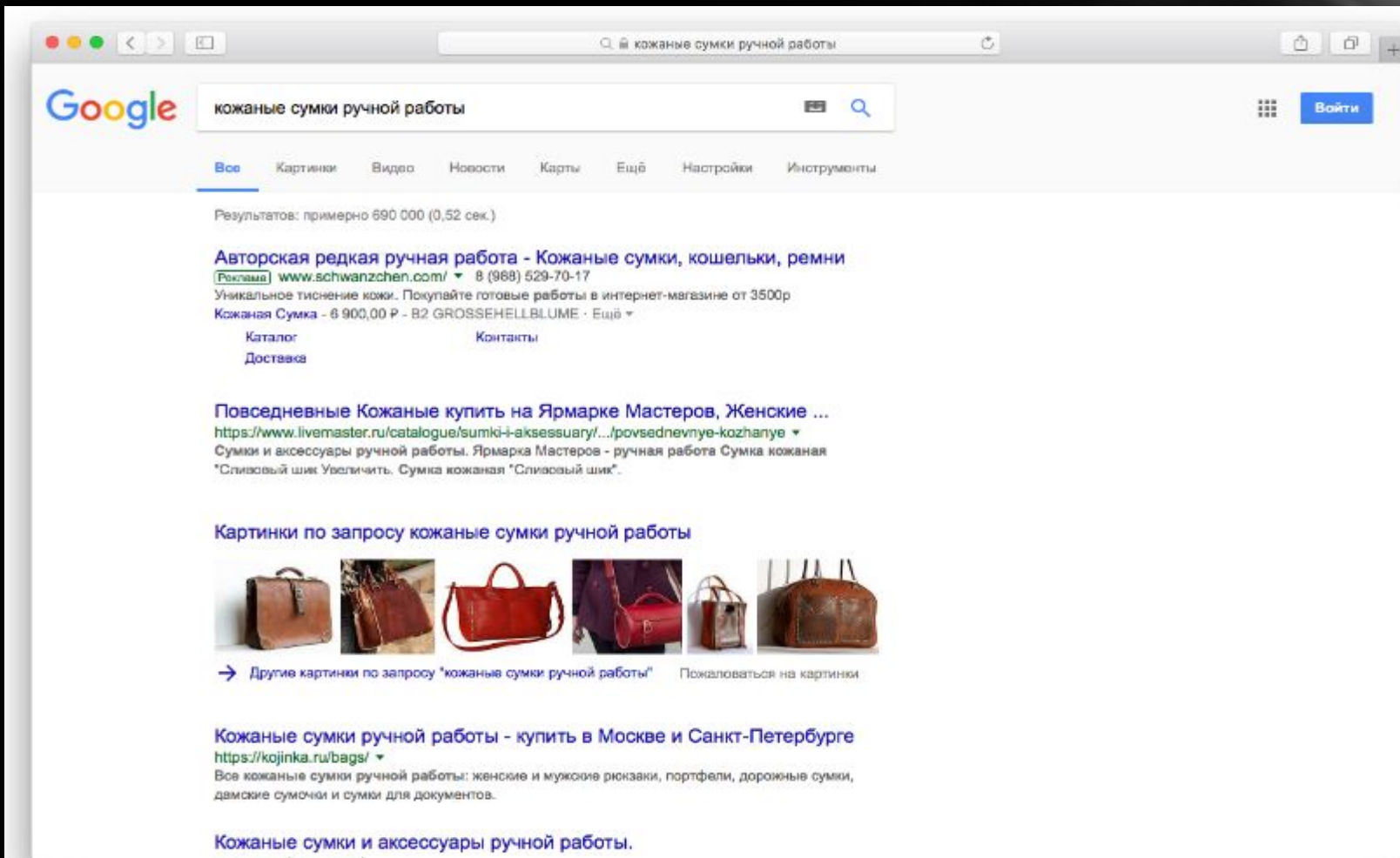


Алексей запускает лендинг для курса о том, как проводить мероприятия. Потребность, которую он удовлетворяет — чтобы конференция или семинар прошли без хлопот, приехали интересные спикеры, гости купили билеты и пришли на следующее событие. Чтобы прийти к этому, есть разные способы:

- 1 Пойти к конкурентам Алексея, которые проводят такие же курсы.
- 2 Купить книгу о том, как проводить конференции.
- 3 Нанять организатора, который все сделает сам.
- 4 Не проводить конференцию, а потратить деньги на рекламу, и так найти клиентов.

# 3 способа узнать о конкурентах

1. Воспользуйтесь поиском (яндекс/гугл  ищем аналог своего продукта  изучаем 2-3 страницы с результатами



The screenshot shows a Google search results page for the query "кожаные сумки ручной работы". The search bar at the top contains the text "кожаные сумки ручной работы" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for "Все", "Картинки", "Видео", "Новости", "Карты", "Ещё", "Настройки", and "Инструменты". The search results show approximately 690,000 results in 0.52 seconds. The first result is an advertisement for "Авторская редкая ручная работа - Кожаные сумки, кошельки, ремни" from the website www.schwanzchen.com. The second result is a link to "Повседневные Кожаные купить на Ярмарке Мастеров, Женские ...". Below the text results, there is a section titled "Картинки по запросу кожаные сумки ручной работы" which displays a row of six images of various leather handbags. Below the images, there is a link to "Другие картинки по запросу 'кожаные сумки ручной работы'" and a button to "Пожаловаться на картинки". The third result is a link to "Кожаные сумки ручной работы - купить в Москве и Санкт-Петербурге" from the website https://kojinka.ru/bags/. The fourth result is a link to "Кожаные сумки и аксессуары ручной работы."



## 2 Поищите в социальных сетях

Группы ----Сообщества----Личные страницы пользователей

facebook.com

кожаные сумки ручной работы

Юлия Главная Найти друзей

**Страницы**

- Авторские кожаные сумки ручной работы. Рига · Сумки/чемоданы · 348 это нравится
- Кожаные сумки ручной работы Сумки/чемоданы · 10 это нравится
- Кожаные СУМКИ Ручной Работы** Сумки/чемоданы · 15 это нравится
- Кожаные СУМКИ Ручной Работы Сумки/чемоданы · 47 это нравится
- Кожаные сумки и портфели ручной работы Сумки/чемоданы · 103 это нравится

**Группы**

- Кожаные сумки и аксессуары ручной работы из кожи (н... Общедоступная группа 37 участников
- ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ КОЖАНЫЕ СУМКИ РУЧНОЙ РАБОТЫ Общедоступная группа 118 участников
- А.Х.Ваг - кожаные сумки ручной работы Общедоступная группа 11 участников

Больше результатов по запросу «кожаные сумки ручн...

Сумки/чемоданы в Рига

5,0 ★★★★★

Сообщество Все

- Пригласите своих друзей поставить «Нравится» этой Странице
- Нравится 348 людям
- Подписан 351 человек

Информация Все

- Обычно отвечает в течение нескольких часов
- Отправить сообщение
- www.etsy.com/ru

Чат (6)

В магазин Сообщение

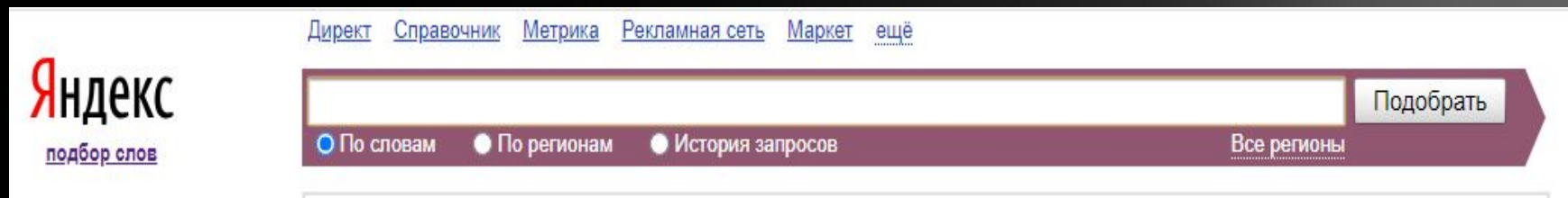
нице ! Я - Ирина отовлению авторских более 15 лет , но познавать искусство продаж своих работ на страницах ФБ начала только год назад. Предлагаю вам следующие услуги - реставрацию вашей любимой сумочки , разработка конструкции и изготовление сумки вашей мечты и конечно готовые работы , которые можно увидеть в онлайн-магазине .https://www.etsy.com/shop/KONIRAbags В ценах учтены расходы на доставку и налоги. Поэтому для продажи в Латвии цены намного ниже. Приятного просмотра!

### 3. Изучите объявления

Когда вы что-то ищете через поисковые системы, в результатах первыми оказываются рекламные объявления. Зная популярные запросы по своей теме, вы сможете выйти и на конкурентов. Логика простая — многие из них будут показывать свою рекламу по самым популярным запросам. Другая часть отобразится в обычном поиске.

**Сервис Яндекс Wordstat** - это сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам и для подбора ключевых слов рекламодателями

Введите фразу, которой можно описать ваш продукт и нажмите «Подобрать»



The screenshot shows the Yandex Wordstat interface. At the top left is the Yandex logo with the text "Яндекс" and "подбор слов" below it. To the right of the logo are navigation links: "Директ", "Справочник", "Метрика", "Рекламная сеть", "Маркет", and "ещё". Below these links is a search bar with a "Подобрать" button on the right. Under the search bar are three radio buttons: "По словам" (selected), "По регионам", and "История запросов". To the right of these buttons is the text "Все регионы".



кожаные сумки ручной работы Подобрать

По словам  По регионам  История запросов Все регионы

Последнее обновление: 13.11.2017

Что искали со словом «кожаные сумки ручной работы» — 1 680 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
кожаные сумки ручной работы	1 680
мужские кожаные сумки ручной работы	366
кожаная сумка ручной работы купить	225
женская кожаная сумка ручной работы	133
кожаные сумки ручной работы спб	98
кожаные сумки ручной работы москва	88
кожаные сумки +из натуральной кожи ручной работы	88
купить кожаную сумку мужскую ручной работы	87
мужская кожаная сумка +из кожи ручной работы	56
авторские кожаные сумки ручной работы	48
мастер ручной работы кожаные сумки	27
кожаные сумки ручной работы фото	26
сумки мужские через плечо кожаные ручной работы	26
сумка кожаных сумок ручной работы	24
кожаные сумки ручной работы купить москва	24
кожаные сумки ручной работы Санкт-Петербург	22
кожаные сумки ручной работы Санкт-Петербург	22

Запросы, похожие на «кожаные сумки ручной работы»

Статистика по словам	Показов в месяц
сумка женский кожаный	33 858
сумка мужской кожаный	24 325
сумка саквояж	6 210
портфель мужской	16 452
сумка канка	83 108
кожаный портфель	10 428
кожаный саквояж	1 106
натуральный кожа купить	63 590

## Практика

Найдите ваших конкурентов в поиске и социальных сетях. Пробуйте разные словосочетания, чтобы увидеть, какие рекламные объявления показывают по ним. Всех конкурентов выпишите в таблицу.

## Составьте таблицу конкурентов

Сравнительная таблица поможет представить, как ваши потенциальные покупатели видят вас на фоне конкурентов. Станет ясно, какие сильные стороны следует показать, и какие сомнения могут возникнуть у покупателей.

Выделите свои слабые стороны. Это пункты, по которым у клиента будут сомнения. Почему цена выше? Почему доставка платная? Все сомнения вы позже проработаете на лендинге.



Конкурент	Сильная сторона	Слабая сторона	Стоимость	Домашние задания	Формат обучения	Сайт	Бесплатные материалы	Программа
Алексей	Автор-практик	Малоизвестный	35 000	Да	Онлайн: рассылка + вебинары	В разработке	Статьи, вебинар	Уникальная, автор может менять программу на ходу
Курс конкурента №1	Известный спикер	Не практик	30 000	Нет	Только в классе	Неудобный, выглядит дешево, нет подробной программы	Нет	Как у всех
Курс конкурента №1		Не практик	25 000	Нет	В классе + вебинары	Красивый, но мало информации	Нет	Как у всех
Онлайн-курс	Общая база	Нет практики	500	Нет	В интернете	Обычный	Нет	Как у всех



## 4.

Анализ наиболее интересных конкурентов имеет смысл проводить в следующем разрезе.

- Какие рекламные кампании проводит конкурент и с какой интенсивностью?
- На какие портреты целевой аудитории он воздействует?
- Какие способы привлечения целевой аудитории использует конкурент?
- Какие сильные и слабые места есть в его стратегии?
- Какими преимуществами и недостатками обладает наше предложение по сравнению с конкурентом?



Для анализа можно использовать известный метод – *SWOT-анализ*. Это анализ компании, позволяющий выявить и структурировать сильные и слабые стороны в контексте потенциальных возможностей и угроз рынка. Задачи SWOT-анализа:

- 1 выявить сильные и слабые стороны по сравнению с конкурентами;
- 2 оценить возможности и угрозы внешней среды;
- 3 связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами;
- 4 сформулировать основные направления развития организации.

## Метод SWOT-анализа включает в себя несколько этапов.



Анализ внутренних факторов на предмет выявления сильных и слабых сторон среди совокупности характеристик компании, описывающих ее деятельность, ресурсы, внутреннюю организацию, функционирование на рынке и т. д. Для этого проводится сравнение с конкурентами.



Анализ внешней среды на предмет выявления возможностей и угроз. Рассматриваться может как текущая, так и прогнозируемая ситуация.



Сопоставление внутренних и внешних факторов.



Определение основных действия и стратегий, подходящих для того или иного сочетания факторов (табл. 1.1)

## Матрица SWOT-анализа

	<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<i>Возможности</i>	Как можно использовать сильную сторону благодаря использованию возможности? Как можно использовать возможность для усиления сильной стороны?	Как можно использовать возможности для снижения негативного влияния слабых сторон?
<i>Угрозы</i>	Как можно использовать сильную сторону для снижения негативного влияния угроз?	—

Таблица 1.1  
SWOT-анализ

Таблица 1.2  
 Пример  
 SWOT-анализа  
 для интернет-  
 магазина  
 футбол

		<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
		1) Широкий ассортимент 2) Низкие цены 3) Простая система оформления заказа 4) Доставка по всей России	1) Нет офлайн-магазина 2) Небольшое количество средств оплаты 3) Сложность навигации на сайте
<i>Возможности</i>	1) Отсутствие конкурентов в регионах 2) Наличие поставщиков сопутствующих товаров, работающих на выгодных условиях 3) Невысокие цены на интернет-разработки	Продвижение сайта в регионах для получения нового потока клиентов. Расширение ассортимента сопутствующими товарами (брелками, наклейками и т. п.)	Проведение работ по улучшению сайта. Расширение фотогалереи магазина для предварительной оценки товара. Подключение большинства популярных средств оплаты
<i>Угрозы</i>	1) Появление новых конкурентов 2) Изменение предпочтений потребителей	Поддержание широкого ассортимента с учетом культурных трендов. Раскрутка сайта для достижения лидерства	—

## 5 конкурентных сил по модели М.Портера



## Первый шаг: оцените конкурентоспособность товара компании и уровня конкуренции на рынке

Оцените угрозы со стороны товаров-заменителей, заполнив следующую таблицу:

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Товары-заменители "цена-качество"	существуют и занимают высокую долю на рынке	существуют, но только вошли на рынок и их доля мала	не существуют
			1
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>	<b>1</b>		
<b>1 балл</b>	<b>низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей</b>		
<b>2 балла</b>	<b>средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей</b>		
<b>3 балла</b>	<b>высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей</b>		

Оцените уровень внутриотраслевой конкуренции по следующим параметрам: количество игроков, темп роста рынка, уровень дифференциации продукта на рынке, ограничения в повышении цен.

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка (3-10)	Небольшое количество игроков (1-3)
	3		
Темп роста рынка	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий
			1
Уровень дифференциации продукта на рынке	Компании продают стандартизированный товар	Товар на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	Продукты компаний значимо отличаются между собой
			1
Ограничение в повышении цен	Жесткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствуют возможности в повышении цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цены для покрытия роста затрат и повышения прибыли
		2	
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>	<b>7</b>		
<b>4 балла</b>	<b>Низкий уровень внутриотраслевой конкуренции</b>		
<b>5-8 баллов</b>	<b>Средний уровень внутриотраслевой конкуренции</b>		
<b>9-12 баллов</b>	<b>Высокий уровень внутриотраслевой конкуренции</b>		

# Оцените угрозу входа на рынок новых игроков с помощью оценки высоты входных барьеров:

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	отсутствует	существует только у нескольких игроков рынка	значимая
		2	
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	отсутствуют крупные игроки	2-3 крупных игрока держат около 50% рынка	2-3 крупных игрока держат более 80% рынка
	3		
Дифференциация продукта	низкий уровень разнообразия товара	существуют микро-ниши	все возможные ниши заняты игроками
		2	
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	низкий (окупается за 1-3 месяца работы)	средний (окупается за 6-12 месяцев работы)	высокий (окупается более чем за 1 год работы)
	3		
Доступ к каналам распределения	доступ к каналам распределения полностью открыт	доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	доступ к каналам распределения ограничен
	3		
Политика правительства	нет ограничивающих актов со стороны государства	государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	государство полностью регламентирует отрасль и устанавливает ограничения
	3		
Готовность существующих игроков к снижению цен	игроки не пойдут на снижение цен	крупные игроки не пойдут на снижение цен	при любой попытке ввода более дешевого предложения существующие игроки снижают цены
		2	
Темп роста отрасли	высокий и растущий	замедляющийся	стагнация или падение
	3		
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>	<b>21</b>		
<b>8 баллов</b>	<b>Низкий уровень угрозы входа новых игроков</b>		
<b>9-16 баллов</b>	<b>Средний уровень угрозы входа новых игроков</b>		
<b>17-24 балла</b>	<b>Высокий уровень угрозы входа новых игроков</b>		



## Второй шаг: оцените рыночную власть покупателей на рынке

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Доля покупателей с большим объемом продаж	более 80% продаж приходится на нескольких клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределен между всеми клиентами
		2	
Склонность к переключению на товары-субституты	товар компании не уникален, существуют полные аналоги	товар компании частично уникален, есть отличительные хар-ки, важные для клиентов	товар компании полностью уникален, аналогов нет
		2	
Чувствительность к цене	покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	покупатель абсолютно не чувствителен к цене
	3		
Потребители не удовлетворены качеством существующего на рынке	неудовлетворенность ключевыми характеристиками товара	неудовлетворенность второстепенными характеристиками товара	полная удовлетворенность качеством
		2	
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>	<b>9</b>		
<b>4 балла</b>	<b>Низкий уровень угрозы ухода клиентов</b>		
<b>5-8 баллов</b>	<b>Средний уровень угрозы ухода клиентов</b>		
<b>9-12 баллов</b>	<b>Высокий уровень угрозы потери клиентов</b>		

## Третий шаг: Оцените угрозы для Вашего бизнеса со стороны поставщиков


Параметр оценки	Оценка параметра	
	2	1
Количество поставщиков	Незначительное количество поставщиков или монополия	Широкий выбор поставщиков
		1
Ограниченность ресурсов поставщиков	ограниченность в объемах	неограниченность в объемах
		1
Издержки переключения	высокие издержки к переключению на других поставщиков	низкие издержки к переключению на других поставщиков
		1
Приоритетность направления для поставщика	низкая приоритетность отрасли для поставщика	высокая приоритетность отрасли для поставщика
		1
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>	<b>4</b>	
<b>4 балла</b>	<b>низкий уровень влияния поставщиков</b>	
<b>5-6 баллов</b>	<b>средний уровень влияния поставщиков</b>	
<b>7-8 баллов</b>	<b>высокий уровень влияния поставщиков</b>	

## Четвертый шаг: Объедините результаты анализа в сводном виде и разработайте направления работ



Параметр	Значение	Описание	Направления работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	Низкий	Компания обладает уникальным предложением на рынке, аналогов которому не существует	Поддерживать и совершенствовать уникальность товара. Концентрировать все усилия на построении осведомленности об уникальном предложении.
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Средний	Рынок компании является высоко конкурентным и перспективным. Отсутствует возможность полного сравнения товаров разных фирм. Есть ограничения в повышении цен.	Проводить постоянный мониторинг предложений конкурентов. Развивать уникальность продукта и повышать воспринимаемую ценность товара. Снижать влияние ценовой конкуренции на продажи. Повышать уровень знания о товаре.
Угроза со стороны новых игроков	Высокий	Высок риск входа новых игроков. Новые компании появляются постоянно из-за низких барьеров входа и низкого уровня первоначальных инвестиций.	Проводить постоянный мониторинг появления новых компаний. Проведение акций, направленных на длительность контакта потребителя с компанией. Повышать уровень знания о товаре.
Угроза потери текущих клиентов	Высокий	Портфель клиентов обладает высокими рисками (при уходе ключевых клиентов - значимое падение продаж). Существование менее качественных, но экономичных предложений. Неудовлетворенность текущим уровнем работ по отдельным направлениям.	Диверсифицировать портфель клиентов. Разработать программы для VIP - клиентов. Разработать эконом-программы для потребителей, чувствительных к цене. Повышение качества товара по отстающим параметрам и т.д.
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий	Стабильность со стороны поставщиков	Проведение переговоров о снижении цен

# Платформы и сервисы для анализа конкурентов

# PostMonitor

О сервисе	Аннотация	Специализация
<p><a href="https://postmonitor.ru/">https://postmonitor.ru/</a></p> <hr/> <p>Соцсети: </p> <hr/>	<p>PostMonitor – платформа CRM-маркетинга и автоматизации рекламы в соцсетях. Сервис помогает бизнесу улучшить взаимодействие с клиентами, регулярно привлекать их на страницы соцсетей или на сайт.</p> <p>Система CRM-маркетинга от PostMonitor способствует привлечению, удержанию и росту лояльности клиентов. Подключившись к сервису, можно формировать персонализированные предложения клиентам, соответствующие их интересам и этапу воронки продаж.</p> <p>Также в сервисе есть бесплатный функционал аналитики рекламы в ВКонтакте.</p>	<p>Автоматизация бизнес процессов</p> <p>Анализ конкурентов</p> <p>Маркетинг в социальных сетях (SMM)</p> <p>Маркетинг и реклама</p> <p>Платформы интеграции онлайн сервисов</p> <p>Сервисы управления рекламой</p> <p>Скрыть (4)</p>

# MegaIndex

О сервисе	Аннотация	Специализация
<p><a href="https://ru.megaindex.com/">https://ru.megaindex.com/</a></p> <hr/> <p>Соцсети:  </p> <hr/> <p>Год основания: <b>2004</b></p> <hr/> <p>Трафик по данным SimilarWeb: <b>275.6к/мес.</b></p> <hr/>	<p>MegaIndex – это сервис анализа конкурентов и SEO, который помогает определить параметры собственного сайта и конкурентов. Приложения MegaIndex предоставляют широкий набор инструментов для любого специалиста по SEO. Сервис помогает провести аудит, собрать ключевые слова для кампаний SEO и PPC, сравнить конкурентов и узнать качество и структуру профиля обратных ссылок для любого сайта.</p>	<p>SEO</p> <p>Анализ конкурентов</p>




## Popsters

О сервисе	Аннотация	Специализация
<a href="https://popsters.ru/">https://popsters.ru/</a> Соцсети:	Popsters предоставляет информацию о социальной активности, чтобы сделать маркетинг в социальных сетях лучше и эффективнее. Сервис помогает сравнивать свои посты с конкурентами, получать статистику и измерять эффективность публикаций в любой интересующей социальной сети.	Анализ конкурентов

## SpyWords

О сервисе	Аннотация	Специализация
<a href="https://spywords.ru/">https://spywords.ru/</a> Соцсети: 	SpyWords – это сервис анализа конкурентов в контекстной рекламе и SEO, который анализирует 27 миллионов доменов для более чем 500 тыс. клиентов. Позволяет всегда быть в тренде и повышать результаты поисковой выдачи благодаря продвинутой аналитике.	Анализ конкурентов Сервисы контекстной рекламы

# Brand Analytics

О сервисе	Аннотация	Специализация
<p><a href="https://br-analytics.ru/">https://br-analytics.ru/</a></p> <hr/> <p>Соцсети:   </p> <hr/> <p>Год основания: <b>2013</b></p> <hr/> <p>Трафик по данным SimilarWeb: <b>201.2к/мес.</b></p> <hr/>	<p>Сервис Brand Analytics основан на современной платформе больших данных, технологиях искусственного интеллекта и высокоскоростной компьютерной лингвистике. Платформа в сочетании с собственными технологическими решениями позволяет анализировать около 3 млрд. сообщений в месяц. Brand Analytics покажет, что люди говорят о бренде и конкурентах в социальных сетях и СМИ. Система выявит проблемы, тормозящие процесс покупки, проблемы с продуктом и сервисом. Сервис позволяет анализировать множество показателей для управления репутацией бренда и улучшения качества работы.</p>	<p>Анализ конкурентов</p> <p>Управление репутацией (ORM, SERM), мониторинг упоминаний бренда</p>



# СайтРепорт

<https://saitreport.ru>

**Что можно узнать о конкуренте:** сделать комплексный SEO-аудит сайта.

**Стоимость:** в зависимости от количества страниц (25 — бесплатно).

Бесплатно можно получить базовый SEO-аудит 25 страниц сайта и отчет по видимости конкурентов до 500 строк. Объемы небольшие, но протестировать возможности сервиса хватит.



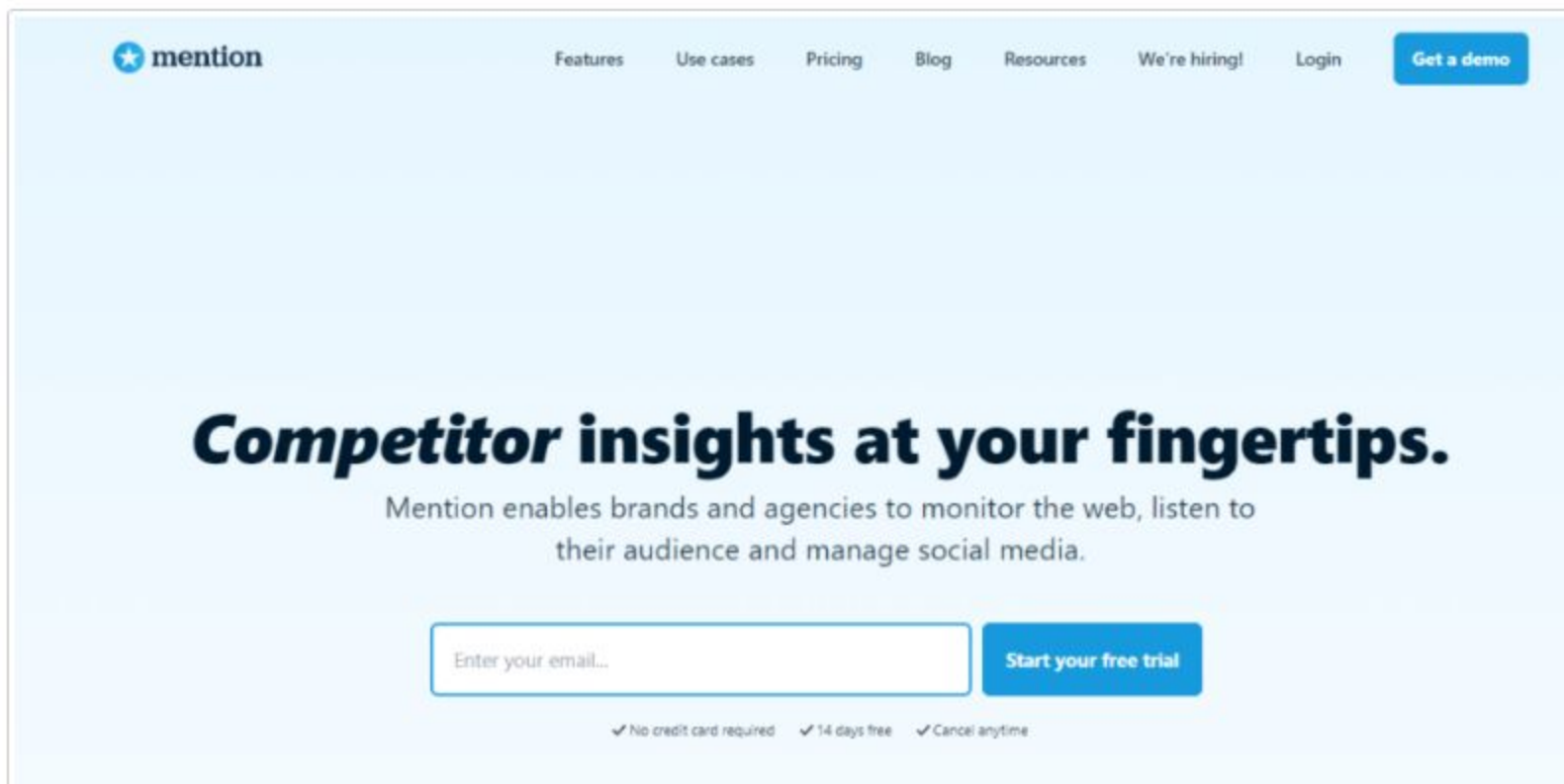
The screenshot shows the top navigation bar of the СайтРепорт website. The navigation menu includes links for [О сервисе](#), [Цены](#), [Блог](#), [FAQ](#), [Сбор семантики](#), [Аудит сайта](#), and a red [Выйти](#) button. The main header features the СайтРепорт logo (a red circle with a black arrow) and the text "СайтРепорт диагностика и аудит". A user account panel displays "Баланс: 0.00 руб." with a [Пополнить](#) button, and links for [Профиль](#), [История операций](#), and [Есть промо-код?](#). Below the header is a decorative blue wave pattern with white circles. At the bottom, there are four navigation buttons: [Новый аудит](#), [Проекты](#), [Поддержка](#), and [Партнёрам](#).

# Mention

<https://mention.com/en/>

**Что можно узнать о конкуренте:** упоминания о бренде конкурента в соцсетях и онлайн-СМИ.

**Стоимость:** демо-версия — бесплатно. Подписка — от \$29.



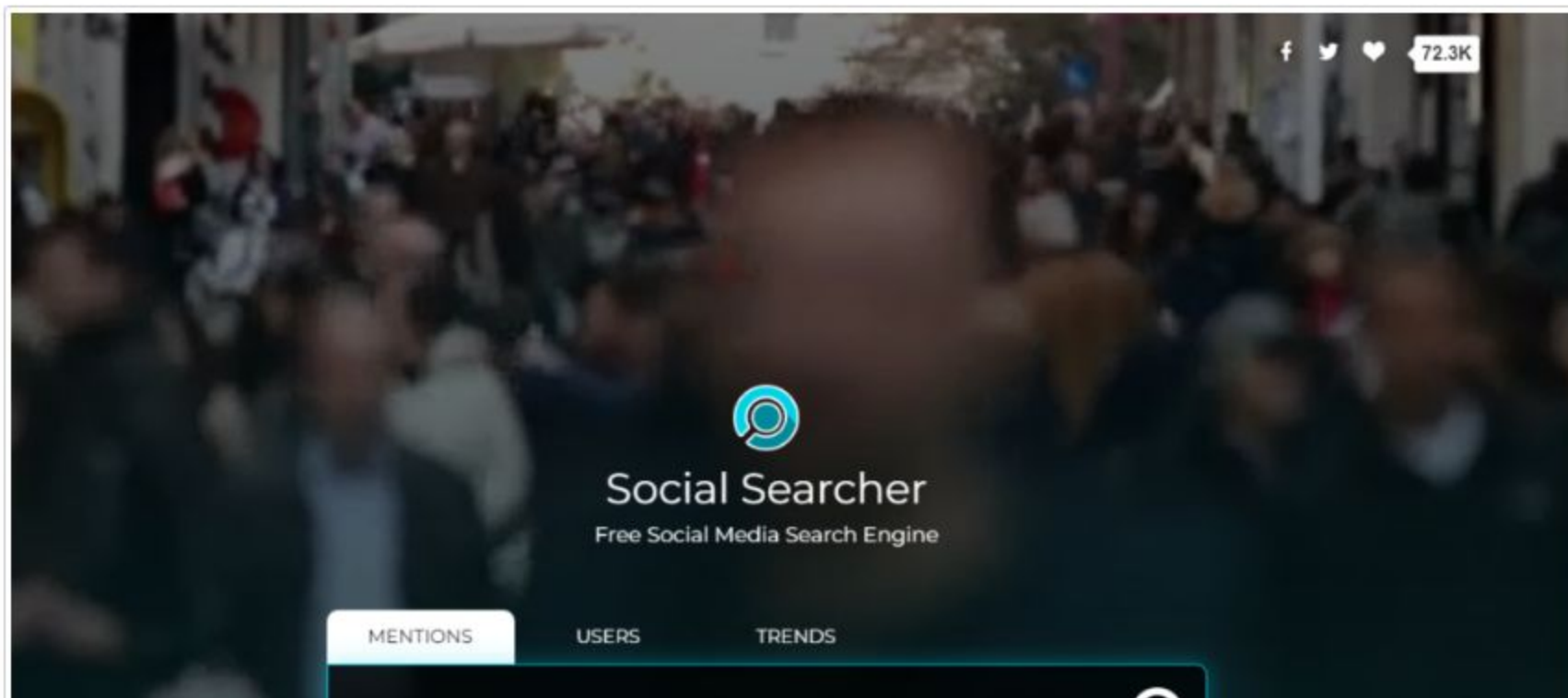
The screenshot shows the landing page of the Mention website. At the top left is the Mention logo, a blue star followed by the word "mention". To the right of the logo is a navigation menu with links for "Features", "Use cases", "Pricing", "Blog", "Resources", "We're hiring!", and "Login". A blue button labeled "Get a demo" is positioned at the top right. The main content area features a large, bold headline: "Competitor insights at your fingertips." Below the headline is a sub-headline: "Mention enables brands and agencies to monitor the web, listen to their audience and manage social media." At the bottom of the main content area is a white input field with the placeholder text "Enter your email..." and a blue button labeled "Start your free trial". Below the input field and button are three checkmarks with text: "✓ No credit card required", "✓ 14 days free", and "✓ Cancel anytime".

## Social Searcher

<https://www.social-searcher.com>

**Что можно узнать о конкуренте:** упоминания в соцсетях и других источниках.

**Стоимость:** бесплатно. Премиум-подписка начинается с 4 евро в месяц.



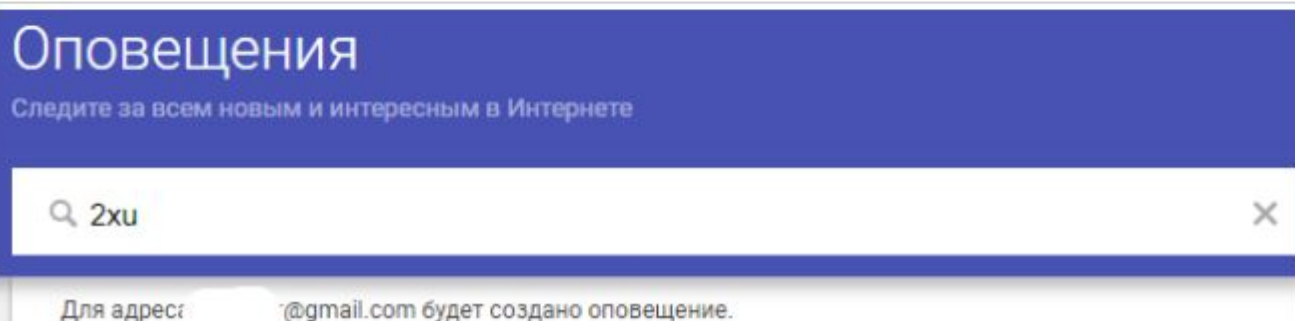
## Google Alerts

<https://www.google.ru/alerts>

**Что можно узнать о конкуренте:** все публикации в индексе Google по ключевым словам.

**Стоимость:** бесплатно.

Бесплатный инструмент по сбору упоминаний от Google. Источников много: новости, форумы, блоги, видео и даже книги — всё, что проиндексировал поисковик. Работает с 50+ языками, включая русский, белорусский и украинский. В настройках можно выставить любой регион — в одной рассылке будут собираться только московские СМИ, вторая будет искать по веткам форумов и т. д. Платить ничего не нужно — достаточно авторизоваться в своём гугл-профиле и подождать оповещений на почту. Также можно настроить RSS-фид.



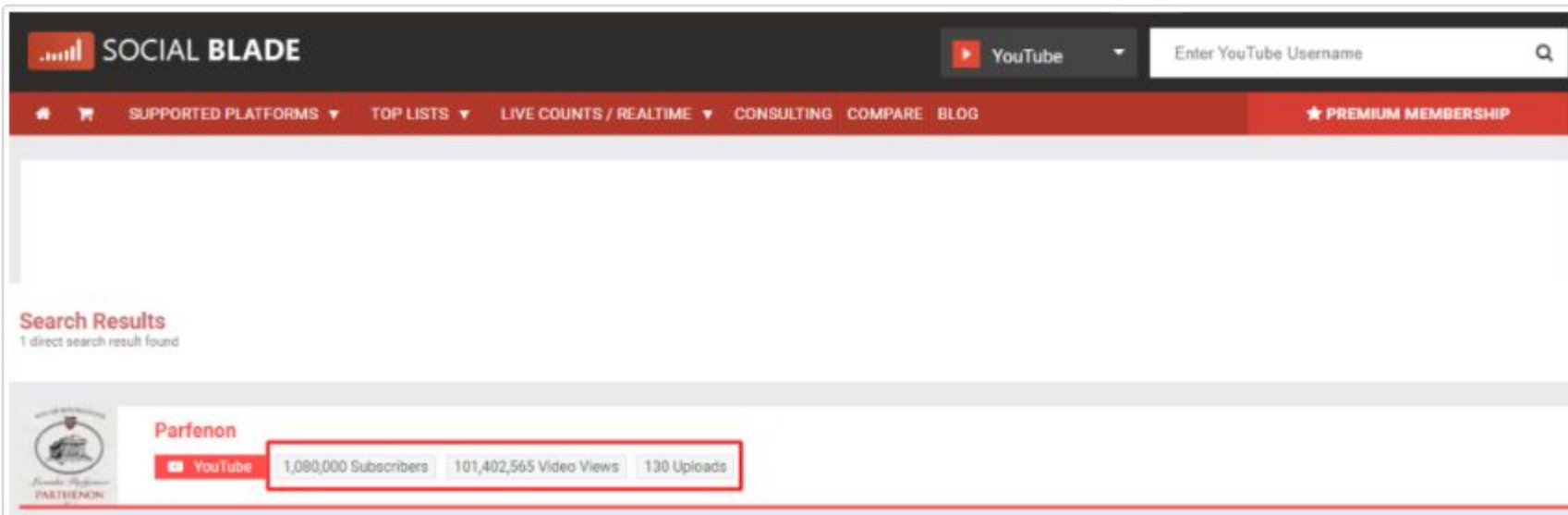
# Socialblade

<https://socialblade.com>

**Что можно узнать о конкуренте:** аналитика аккаунтов в YouTube, Twitch, Twitter и Инстаграм\*.

**Стоимость:** базовая информация — бесплатно. Премиум — от \$3,99/месяц.

Этот сервис славится своей YouTube-аналитикой. Он покажет динамику изменения подписчиков, просмотров и лайков любого аккаунта.



The screenshot shows the Social Blade website interface. At the top, there is a navigation bar with the Social Blade logo, a platform selector set to 'YouTube', and a search input field containing 'Enter YouTube Username'. Below the navigation bar is a menu with options: 'SUPPORTED PLATFORMS', 'TOP LISTS', 'LIVE COUNTS / REALTIME', 'CONSULTING', 'COMPARE', 'BLOG', and 'PREMIUM MEMBERSHIP'. The main content area displays 'Search Results' with '1 direct search result found'. The search result is for the YouTube channel 'Parfenon', which has 1,080,000 subscribers, 101,402,565 video views, and 130 uploads. The channel's profile picture and name are visible on the left.

Channel Name	Platform	Subscribers	Video Views	Uploads
Parfenon	YouTube	1,080,000	101,402,565	130

## Similarweb

<https://www.similarweb.com>

[/ru/](https://www.similarweb.com/ru/)

Бесплатный сервис с большим количеством возможностей. Для получения доступа достаточно зарегистрироваться. Сервис показывает данные только за 3 месяца



Задание: проанализируйте позиции Ваших ключевых конкурентов (рейтинги, аудиторию, маркетинговые каналы, исходящие ссылки, трафик и вовлеченность, таргетинг по регионам и пр.)

Задача	Сервис
Аудит сайта	MegaIndex, Similarweb, Semrush, Sitereport, Ubersuggest
Анализ ключевых слов домена	Similarweb, Semrush, Spywords, MegaIndex, Sitereport, Ubersuggest, Topvisor, Click.ru
Отслеживание позиций в поисковых системах	Semrush, MegaIndex, Topvisor, PromoPult
Анализ контекстной рекламы	Semrush, Spywords, MegaIndex, PromoPult, PromoNavi
Мониторинг упоминаний бренда, аккаунтов / сообществ в соцсетях	Mention, Brand24, Social Searcher, Google Alerts, Socialblade, Sprout Social, Socialbakers, Falcon, Livedune, PromoPult