

Tot stand gekomen in het kader van RAAK Vitale Oudere

Auteur: drs. S.E. Jaarsma; Jaarsma + Lebbink

Redactie: dr. C. Willems; lector Technologie in Zorg en Welzijn, drs. M. van der Meer

© Saxion, mei 2011 (versie 1.1)

Saxion Kenniscentrum Design en Technologie

Saxion Kenniscentrum Gezondheid, Welzijn en Technologie

Partners: Jaarsma+Lebbink, Novay, Panton, Sentrum, Syntens, en Technologie Kring Twente

www.55plustoolbox.nl

5 x 5 Concurrentieanalyse-tool

Onderstaande tool biedt inzicht in de verschillende aspecten van concurrentieanalyse met betrekking tot vitale ouderen. We bekijken concurrentie vanuit de twee betekenissen:

1. de mate van mededinging
2. als verzamelnaam voor de concurrenten.

De tool leidt je door de concurrentieanalyse door steeds te specificeren naar relevante informatie voor de markt voor de vitale oudere.

1 Macro omgeving: vrij naar K.J. Alsem¹

Hoe ziet de macro omgeving eruit toegespitst op de Vitale Oudere?

- demografisch
- economisch
- Sociaal-cultureel
- technologisch
- ecologisch

2 Bedrijfstak analyse: vrij naar M.F. Porter²

Hoe interessant is deze markt (dit segment) om op te opereren?

- Concurrentie tussen bestaande bedrijven
- Bedreiging mogelijke toetreders
- Bedreiging substituuat producten
- Onderhandelingsmacht van leveranciers
- Onderhandelingsmacht van klanten

¹ Alsem, K.J. (2001). *Strategische Marketingplanning*. Groningen: Wolters-Noordhoff

² Porter, M.F. *Industry, Structure and Competitive Strategy, Keys to profitability*. Financial Analysis Journal July-August, 1980, p. 33

Porter bekijkt in dit artikel de aantrekkelijkheid (lees winstgevendheid) van een bedrijfstak en dat doet hij aan de hand van vijf krachten. Deze krachten staan als zodanig in de tool genoemd. Voor meer informatie wordt verwezen naar dit artikel of naar D. Aaker³.

3 Huidige concurrenten: *vrij naar D. Aaker*³

Wie zijn onze huidige concurrenten en waarin onderscheiden zij zich m.b.t. hun vitale oudere klanten?

- Wie zijn de huidige concurrenten?
- Welke concurrentiestrategie hanteren zij m.b.t. de vitale oudere?
- Wat zijn hun sterkten m.b.t. de vitale oudere?
- Wat zijn hun zwakten m.b.t. de vitale oudere?
- Welk duurzaam concurrentievoordeel hebben zij voor de vitale oudere?

4 Potentiële concurrenten: *vrij naar D. Aaker*³

Welke mogelijke toetreders zijn te verwachten op de markt voor de vitale ouderen?

Zie ook stap 2 bedrijfstakanalyse.

- Door marktexpansie?
- Door productexpansie?
- Door achterwaartse integratie?
- Door voorwaartse integratie?
- Door overdracht van bedrijfsmiddelen of vaardigheden?

5 Substituten:

Welke substituten vervullen ook in de behoefte van de vitale oudere?

Bron: *Behoeft piramide*⁴

- Hoe lost de vitale oudere het probleem nu op? Hoe verhoudt zich dit tot de V's uit de piramide?
- Wie lost het probleem nu voor hen op? Hoe verhoudt zich dat tot de V(rijheid)?
- Belemmeren deze substituten de beweging door de piramide vitale oudere?
Zo ja, Kans!
- Bevorderen deze Substituten de beweging door de piramide vitale oudere?
Zo ja, Bedreiging!
- Noteer de sterkten en zwakten van het eigen product/of de dienst m.b.t. de substituten

³ Aaker, D.A. (2005). *Marktgericht strategisch beleid*. Schoonhoven: Academic Service

⁴ Jaarsma, S.E. (2011). *Behoeft piramide vitale oudere*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl