## Hvem løser problemet. Den simple

Under arbejdet med problemformulering og problemanalyse, støder vi ofte på måder vores problem løses på i dag. Hvis du har fundet et problem med en hvis tyngde, er der altid nogen der har løst problemet før dig, mange gange er der rigtig mange løsninger, både Pædagogiske og teknologiske.

### **Beskriv de måder andre har løst problemet på Først i projektet**

Alle måder gælder, find op til 5 der virker.
Beskriv de 5 metoder grundigt



## Konkurrentidentifikation Side 88

Hvilke konkurrenter vi har vi set på produkt

Skydeskive modellen

1. kerne produkt (et ”identisk produkt” med fuldt sammenlignelige egenskaber)
2. Basis produkt (et lignende produkt til samme målgruppe og samme funktioner)
3. Udvidet produkt (et produkt til samme målgruppe, tilsvarende/alternative funktioner)
4. Potentielt produkt (et produkt til samme målgruppe, med andre formål)

### **Placer alle de konkurrenter der kan identificeres til jeres produkt 1/3 inde i projektet**

## Konkurrent vurdering side 89

1. Aktiver Penge, Egne bygninger, Aktier i andre firmaer…)
2. Omsætning Omsætning målt i kroner (regnskab)
3. Overskud Overskud målt i kroner (regnskab)
4. Sortiement Hvor breden/dybden af sortiementet
5. Kvalitetsniveau Holdbarhed, emballage….
6. Prisniveau Rabatter, faste priser…
7. Service Butikker i nærområde, Download manualer, Service værksted
8. Salgs betingelser Kredit, Finansiering, Levering,
9. Distributions form Specialbutikker, varehuse, abonnement salg, internet salg
10. Markeds andel % af det samlede salg af denne type produkter

Udvælg 3 af de farligste konkurrenter inderste i skydeskiven, afgør hvor farlige de er for jeres virksomhed, tag udgangspunkt i de Ovenstående parametre. Diskuter i forhold til hvert punkt hvilke direkte og indirekte fordele og ulemper konkurrenten har