

AUDYT PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ

Kompleksowa checklista 25 pytań dla Twojej firmy

Data audytu: _____

Nazwa firmy: _____

Branża: _____

Osoba przeprowadzająca audyt: _____

INSTRUKCJA UŻYCIA

Jak oceniać:

-  **TAK** - firma spełnia w pełni to kryterium
-  **CZĘŚCIOWO** - firma spełnia kryterium w ograniczonym zakresie
-  **NIE** - firma nie spełnia tego kryterium lub ma w tym obszarze poważne braki

Interpretacja wyników:

- **20-25 punktów (TAK):** Twoja firma ma silną przewagę konkurencyjną
 - **15-19 punktów:** Dobra pozycja, ale są obszary do poprawy
 - **10-14 punktów:** Średnia pozycja, wymaga działań strategicznych
 - **Poniżej 10 punktów:** Pilnie potrzebujesz budowania przewagi konkurencyjnej
-

SEKCJA I: ANALIZA STRATEGICZNA FIRMY

1. Czy Twoja firma ma jasno zdefiniowaną misję i wizję?

- ☐ **TAK** - Misja i wizja są jasne, znane całemu zespołowi i realizowane w praktyce
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Misja istnieje, ale nie wszyscy ją znają lub nie jest realizowana konsekwentnie
- ☐ **NIE** - Brak jasno zdefiniowanej misji i wizji

Notatki: _____

2. Czy znasz swoją unikalną propozycję wartości (USP)?

- ☐ **TAK** - USP jest jasno sprecyzowane i wyróżnia firmę na rynku
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - USP istnieje, ale nie jest wystarczająco wyraziste
- ☐ **NIE** - Brak jasnego USP lub trudno określić, czym firma się wyróżnia

Notatki: _____

3. Czy regularnie analizujesz swoją pozycję konkurencyjną?

- ☐ TAK - Przeprowadzamy analizę konkurencji co najmniej raz na kwartał
- ☐ CZĘŚCIOWO - Analizujemy konkurencję sporadycznie lub powierzchownie
- ☐ NIE - Nie prowadzimy regularnej analizy konkurencji

Notatki: _____

4. Czy Twoja firma ma zdefiniowane kluczowe kompetencje?

- ☐ TAK - Jasno określone core competencies, w których jesteśmy najlepsi
- ☐ CZĘŚCIOWO - Mamy pewne mocne strony, ale nie są jasno zdefiniowane
- ☐ NIE - Trudno wskazać obszary, w których jesteśmy najlepsi

Notatki: _____

5. Czy mierzysz efektywność swojej strategii biznesowej?

- ☐ TAK - Mamy jasne KPI i regularnie je monitorujemy
- ☐ CZĘŚCIOWO - Mierzymy niektóre wskaźniki, ale nie systematycznie
- ☐ NIE - Nie mamy zdefiniowanych wskaźników sukcesu

Notatki: _____

SEKCJA II: ANALIZA PRODUKTU/USŁUGI

6. Czy Twój produkt/usługa wyróżnia się na rynku?

- ☐ TAK - Oferujemy coś, czego konkurenci nie mają lub robimy to znacznie lepiej
- ☐ CZĘŚCIOWO - Mamy pewne unikalne cechy, ale konkurenci nas doganiają
- ☐ NIE - Nasz produkt/usługa jest bardzo podobna do konkurencji

Notatki: _____

7. Czy inwestujesz w badania i rozwój?

- ☐ TAK - Regularnie inwestujemy w R&D (min. 3% przychodów)
- ☐ CZĘŚCIOWO - Sporadyczne inwestycje w rozwój produktu
- ☐ NIE - Nie inwestujemy w R&D lub inwestycje są marginalne

Notatki: _____

8. Czy Twój produkt/usługa jest trudna do skopiowania?

- ☐ TAK - Mamy patenty, know-how lub inne bariery dla konkurentów
- ☐ CZĘŚCIOWO - Niektóre elementy są chronione, ale nie wszystkie
- ☐ NIE - Konkurenci mogą łatwo skopiować nasze rozwiązania

Notatki: _____

9. Czy zbierasz systematyczne feedback od klientów?

- ☐ TAK - Regularnie badamy satysfakcję i potrzeby klientów
- ☐ CZĘŚCIOWO - Czasami zbieramy opinie, ale nie systematycznie
- ☐ NIE - Rzadko lub wcale nie prowadzimy badań klientów

Notatki: _____

10. Czy Twoja oferta ewoluuje wraz z potrzebami rynku?

- ☐ TAK - Regularnie aktualizujemy produkty/usługi na podstawie trendów
- ☐ CZĘŚCIOWO - Wprowadzamy zmiany, ale wolniej niż rynek
- ☐ NIE - Nasza oferta długo pozostaje bez zmian

Notatki: _____

SEKCJA III: ANALIZA KLIENTÓW I RYNKU

11. Czy doskonale znasz swoich klientów docelowych?

- ☐ TAK - Mamy szczegółowe osoby klientów i rozumiemy ich potrzeby
- ☐ CZĘŚCIOWO - Znamy klientów ogólnie, ale brakuje nam szczegółów
- ☐ NIE - Słaba znajomość profilu i potrzeb naszych klientów

Notatki: _____

12. Czy Twoi klienci są lojalni wobec marki?

- ☐ TAK - Wysoka retencja klientów (powyżej 80%) i pozytywne rekomendacje
- ☐ CZĘŚCIOWO - Część klientów wraca, ale nie wszyscy
- ☐ NIE - Niska lojalność klientów, częste odejścia do konkurencji

Notatki: _____

13. Czy oferujesz wyjątkową obsługę klienta?

- ☐ TAK - Nasza obsługa klienta jest wyróżnikiem konkurencyjnym
- ☐ CZĘŚCIOWO - Dobra obsługa, ale nie wyróżniająca się znacząco
- ☐ NIE - Standardowa lub słaba obsługa klienta

Notatki: _____

14. Czy masz program budowania relacji z klientami?

- ☐ TAK - Aktywnie budujemy długoterminowe relacje (CRM, program lojalnościowy)

- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Pewne działania w tym kierunku, ale nie systematyczne
- ☐ **NIE** - Brak programu budowania relacji z klientami

Notatki: _____

15. Czy znasz potrzeby rynku, których nikt nie zaspokaja?

- ☐ **TAK** - Zidentyfikowaliśmy niezaspokojone potrzeby i je adresujemy
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Mamy pewne podejrzenia, ale nie potwierdziliśmy ich badaniami
- ☐ **NIE** - Nie identyfikujemy niezaspokojonych potrzeb rynkowych

Notatki: _____

SEKCJA IV: ZASOBY I KOMPETENCJE

16. Czy masz zespół ekspertów w swojej dziedzinie?

- ☐ **TAK** - Nasz zespół to uznani specjaliści w branży
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Mamy kompetentnych pracowników, ale nie wszyscy to eksperci
- ☐ **NIE** - Trudności ze znalezieniem odpowiednich specjalistów

Notatki: _____

17. Czy inwestujesz w rozwój kompetencji zespołu?

- ☐ **TAK** - Regularne szkolenia, konferencje, rozwój umiejętności
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Sporadyczne inwestycje w rozwój zespołu
- ☐ **NIE** - Brak inwestycji w rozwój kompetencji pracowników

Notatki: _____

18. Czy Twoje procesy biznesowe są zoptymalizowane?

- ☐ **TAK** - Procesy są efektywne, zmierzone i ciągle ulepszane
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Niektóre procesy są zoptymalizowane, inne wymagają poprawy
- ☐ **NIE** - Procesy są nieefektywne lub nie są analizowane

Notatki: _____

19. Czy wykorzystujesz nowoczesne technologie?

- ☐ **TAK** - Jesteśmy liderami technologicznymi w swojej branży
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Używamy standardowych rozwiązań technologicznych
- ☐ **NIE** - Nasze rozwiązania technologiczne są przestarzałe

Notatki: _____

20. Czy masz dostęp do unikalnych zasobów lub lokalizacji?

- ☐ **TAK** - Posiadamy zasoby/lokalizację, której konkurenci nie mają
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Pewne przewagi zasobowe, ale nie decydujące
- ☐ **NIE** - Brak unikalnych zasobów lub przewag lokalizacyjnych

Notatki: _____

SEKCJA V: FINANSOWE ŹRÓDŁA PRZEWAGI

21. Czy Twoje marże są wyższe niż średnia branżowa?

- ☐ **TAK** - Nasze marże znacząco przewyższają średnią branżową
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Marże na poziomie lub nieznacznie powyżej średniej
- ☐ **NIE** - Marże poniżej średniej branżowej

Notatki: _____

22. Czy masz efektywną strukturę kosztową?

- ☐ **TAK** - Koszty są zoptymalizowane i kontrolowane
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Część kosztów jest kontrolowana, inne wymagają optymalizacji
- ☐ **NIE** - Wysokie koszty lub słaba kontrola nad nimi

Notatki: _____

23. Czy Twoja firma jest odporna na wahania rynkowe?

- ☐ **TAK** - Stabilne przychody niezależnie od koniunktury
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Pewna odporność, ale odczuwamy wahania rynku
- ☐ **NIE** - Bardzo wrażliwi na zmiany rynkowe

Notatki: _____

SEKCJA VI: MARKA I MARKETING

24. Czy Twoja marka jest rozpoznawalna w branży?

- ☐ **TAK** - Silna rozpoznawalność marki wśród klientów docelowych
- ☐ **CZĘŚCIOWO** - Pewna rozpoznawalność, ale nie dominująca
- ☐ **NIE** - Niska rozpoznawalność marki

Notatki: _____

25. Czy masz skuteczne kanały dotarcia do klientów?

- ☐ TAK - Efektywne kanały marketingowe i sprzedażowe
- ☐ CZĘŚCIOWO - Niektóre kanały działają dobrze, inne wymagają poprawy
- ☐ NIE - Problemy z dotarciem do klientów docelowych

Notatki: _____

PODSUMOWANIE AUDYTU

Punktacja końcowa:

- Liczba odpowiedzi TAK: ____ × 1 punkt = ____ punktów
- Liczba odpowiedzi CZĘŚCIOWO: ____ × 0,5 punkta = ____ punktów
- Liczba odpowiedzi NIE: ____ × 0 punktów = ____ punktów

WYNIK KOŃCOWY: ____ / 25 punktów

Interpretacja wyników:

 **20-25 punktów - LIDER RYNKOWY** Gratulacje! Twoja firma ma silną przewagę konkurencyjną. Skup się na utrzymaniu tej pozycji i ciągłym doskonaleniu.

 **15-19 punktów - SILNA POZYCJA** Dobra pozycja konkurencyjna z obszarami do poprawy. Zidentyfikuj 2-3 najsłabsze punkty i skoncentruj się na ich wzmocnieniu.

 **10-14 punktów - POZYCJA PRZECIĘTNA** Średnia pozycja rynkowa. Potrzebujesz strategii budowania przewagi konkurencyjnej. Priorytetem powinno być zdefiniowanie USP.

 **Poniżej 10 punktów - POZYCJA SŁABA** Pilnie potrzebujesz działań strategicznych. Rozważ skorzystanie z konsultacji biznesowej i opracowanie kompleksowej strategii konkurencyjnej.

Najsłabsze obszary (najwięcej odpowiedzi "NIE"):

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Plan działania na najbliższe 90 dni:

Priorytet 1 (najważniejszy):

Priorytet 2:

Priorytet 3:

Następny audyt zaplanowany na: _____

© 2025 - Audyt przewagi konkurencyjnej. Niniejsza checklista jest narzędziem diagnostycznym. Dla uzyskania pełnej analizy strategicznej zalecamy skorzystanie z profesjonalnej konsultacji biznesowej.

www.zarabiajnawsi.pl