

1: Ce reprezintă competitorii direcți pe piață?

- A. Companii care oferă produse/servicii complet diferite
- B. Companii care abordează aceeași problemă prin metode diferite
- C. Companii care vând aceleași produse sau servicii**
- D. Companii care nu sunt în competiție pe piață

2: Ce caracterizează competitorii indirecti?

- A. Vând aceleași produse și servicii
- B. Vând produse și servicii diferite care pot substitui produsul tău**
- C. Nu sunt în competiție cu tine
- D. Competează doar pe preț

3: Care dintre următoarele companii sunt considerate competitori indirecti?

- A. CocaCola și Starbucks**
- B. Pepsi și CocaCola
- C. McDonald's și Burger King
- D. Platforme de învățare online și instituții tradiționale de învățare

4: Care factor nu este evaluat în analiza competitorilor?

- A. Strategia de preț
- B. Partajul de piață
- C. Culoarea preferată a CEOului**
- D. Prezența online

5: Care dintre următoarele nu este un beneficiu al analizei competitorilor?

- A. Identificarea lacunelor de pe piață
- B. Crearea de strategii de marketing mai eficiente
- C. Reducerea diversității de produse**
- D. Mitigarea riscurilor

6: Ce analizează analiza competitorilor?

- A. Doar prețurile produselor
- B. Doar partajul de piață
- C. Produse și servicii, piața țintă, strategii de marketing și multe altele**
- D. Doar preferințele clienților în schimbare

7: Care metodă NU este folosită pentru a găsi competitorii tăi?

- A. Cercetare de piață
- B. Sondaje ale clienților
- C. Brainstorming**
- D. Monitorizarea motoarelor de căutare