



Acțiunea competitivă în piață

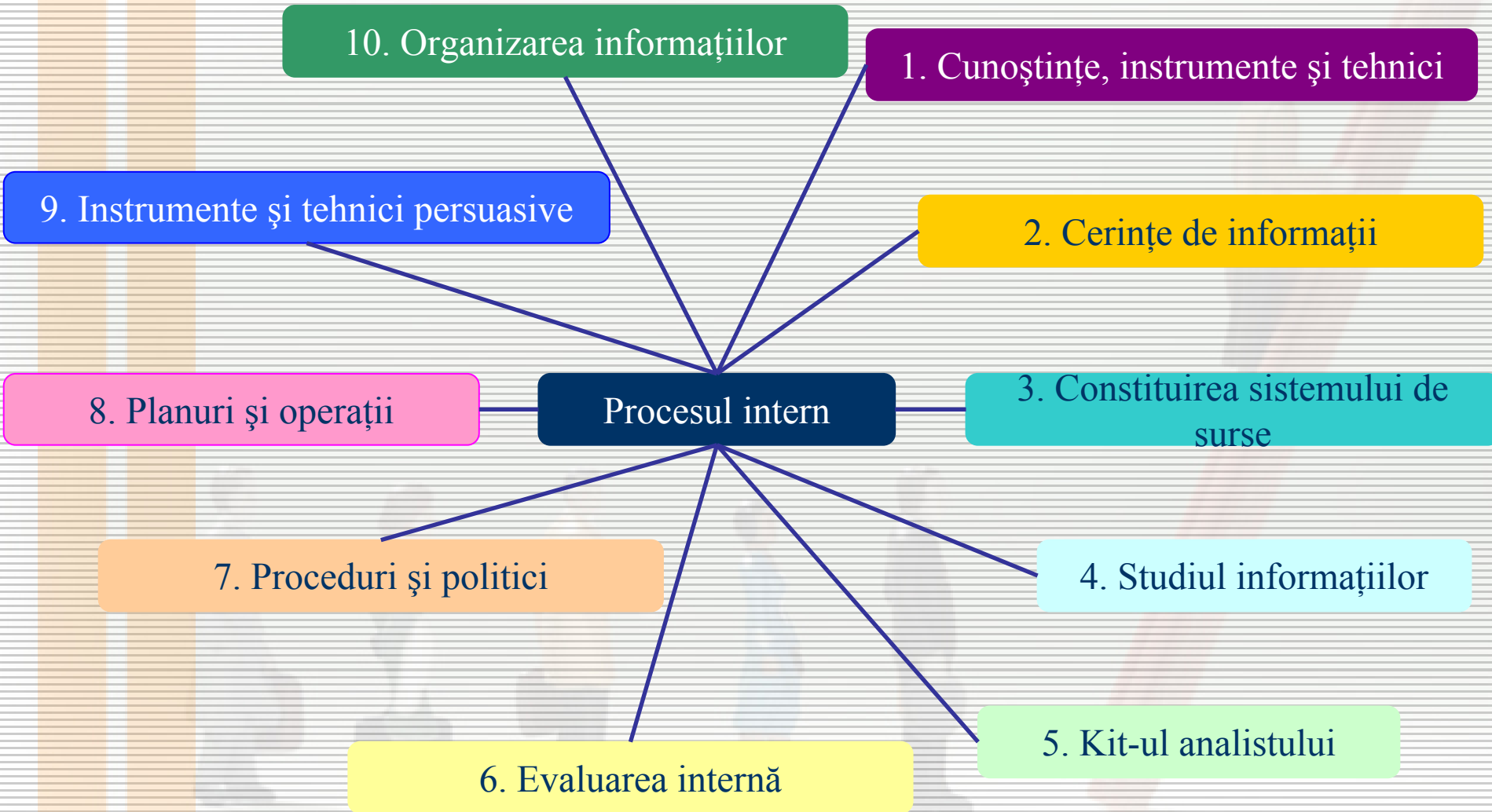
Dr. Vasile Păun

vasile@intellcompetitiv.ro

Obiective

- conștientizarea asupra rolului funcției de intelligence și avertizare timpurie într-o companie;
- furnizarea unor practici utile de culegere, analiză și management al informației, care să sprijine generarea de intelligence acționabil;
- definirea comportamentului de jucător proactiv, agil și asimetric piață.

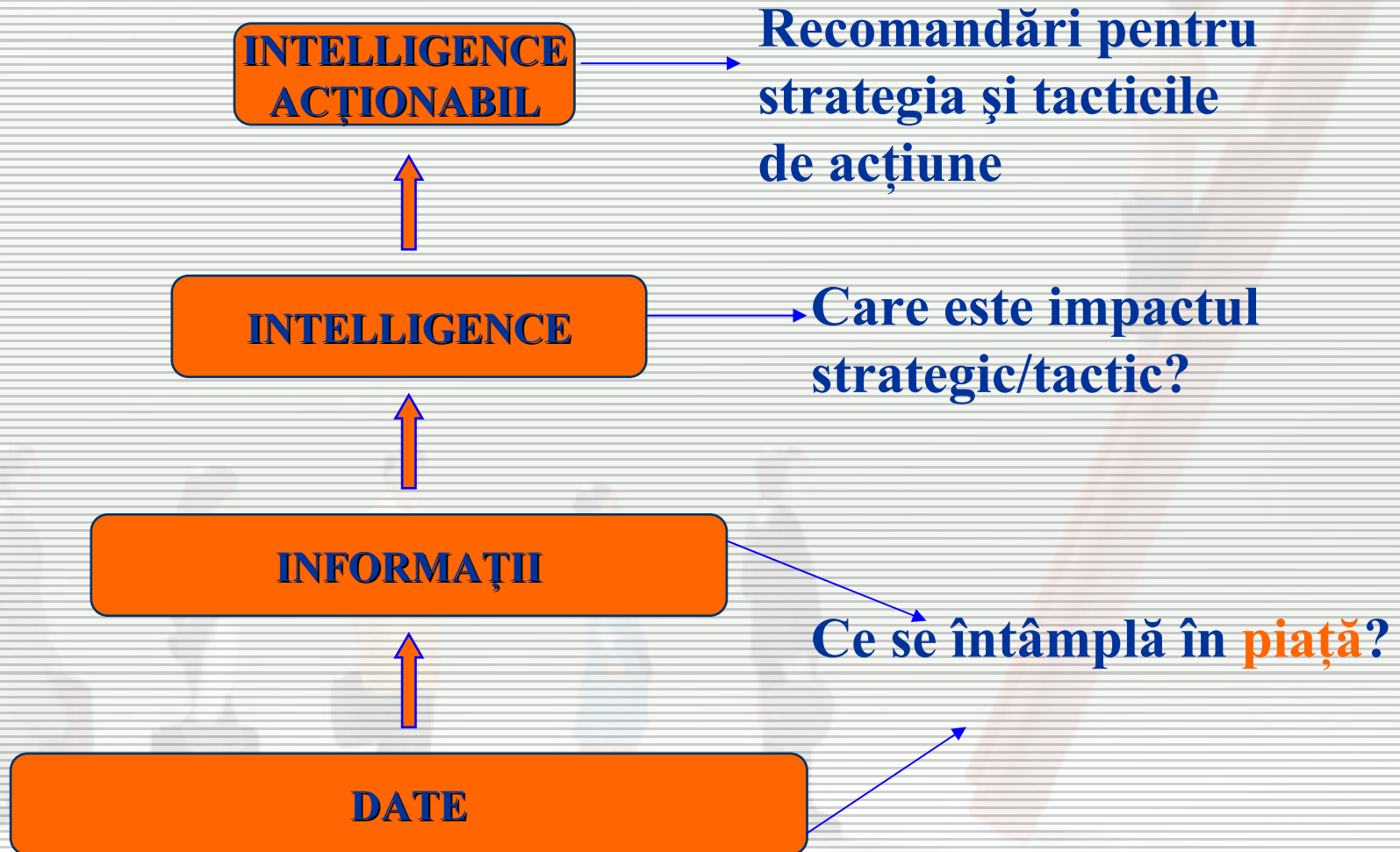
10 pași în dezvoltarea de capabilități



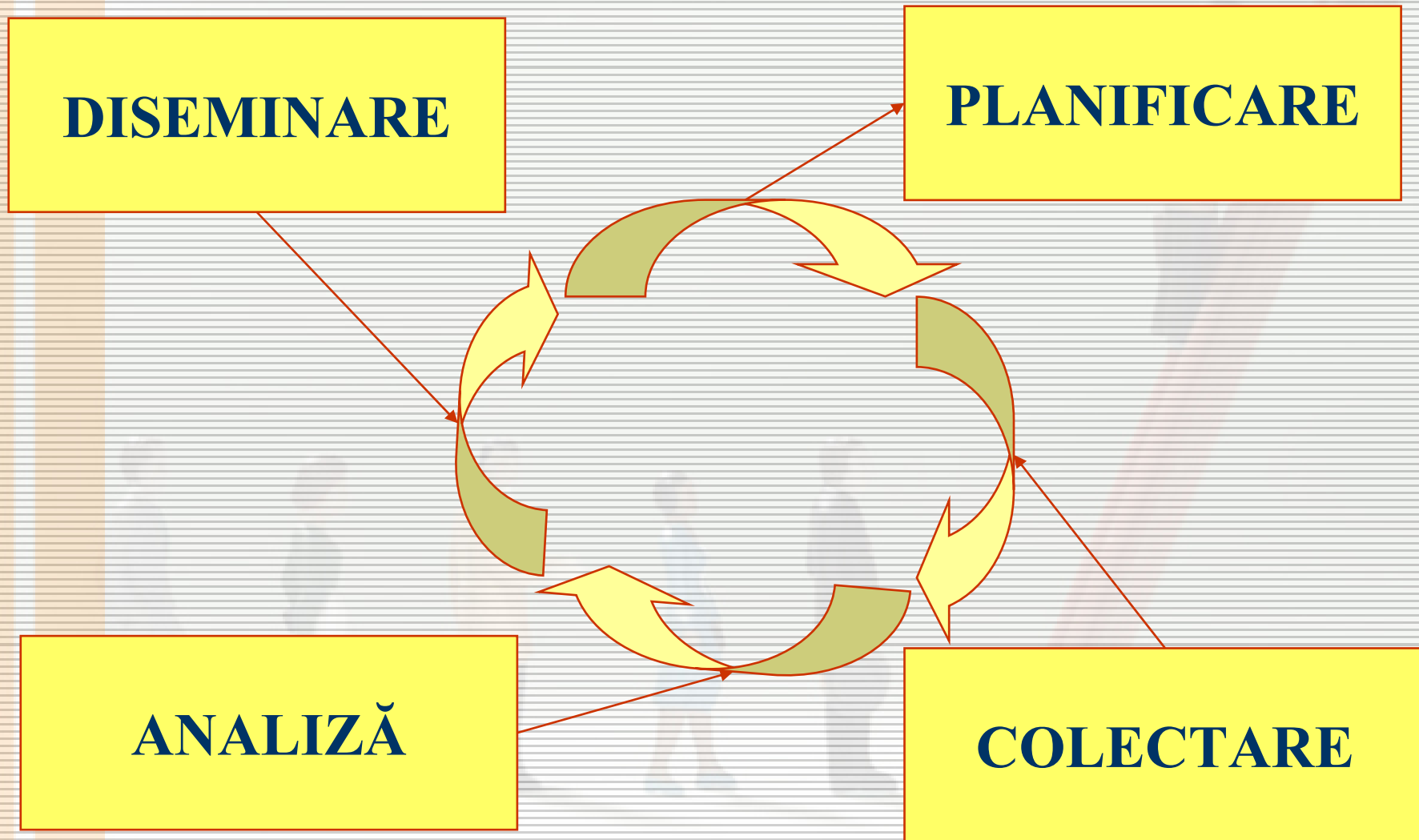
1. Cunoștințe, instrumente și tehnici

1. Intelligence acționabil
2. Ciclul și procesul de generare de intelligence
3. Operații în piață
4. Avertizare timpurie strategică
5. Managementul riscurilor și oportunităților
6. Business War Room
7. Portal de intelligence

Importanța conceptelor



Procesul de intelligence



2. Cerințe de informații

- Factori cheie de succes
- Factori competitivi de succes
- Riscuri și oportunități

3. Constituirea sistemului de surse

PRIMARE

SECUNDARE

INTERNE

EXTERNE

INTERNE

EXTERNE

- Personal din departamentul vânzări/marketing
- Personal recrutat de la competitori
- Personal participant la conferințe și târguri
- Membri ai asociațiilor profesionale/industriale
- Ceilalți membri ai comunității de IC a companiei

- Clienți și furnizori
- Staff-ul asociațiilor comerciale și profesionale
- Reprezentanți ai autorităților locale
- Jurnaliști
- Consultanți
- Foști angajați care lucrează la alte companii
- Staff-ul autorităților de reglementare
- Analisti bursieri
- Personal competitori
- Grupuri de interese legitime (lobby)
- Institute de cercetări industriale
- Instituții de învățământ economic superior

- Dosare de “bibliotecă”
- Materiale de la forța de vânzări
- Rapoarte de marketing
- Materiale și documente existente la angajați
- Rapoartele personalului propriu participant la târguri și expoziții
- Rapoartele de cercetare a pieței
- Rapoarte și statistici ale asociațiilor comerciale

- Media scrisă
- Internet
- Baze de date on-line
- Documente oficiale
- Statistici și rapoarte oficiale
- Baze de date despre produse
- Rapoarte ale societăților de investiții

4. Studiul informațiilor

- Competitori
- Produse de substituție
- Nou intrați
- Furnizori
- Clienți
- Tehnologie
- Mediul de afaceri

5. Kit-ul analistului

- SWOT
- Benchmarking
- Forțele lui Porter
- Analiza competitorilor
- Analiza PEST
- Analiza WIN-LOSS
- Profilul companiei
- Intelligence biografic
- Analiză scenarii
- Jocuri de război
- Modele de tip “Blue strategy”

6. Evaluare internă

- Piramida maturității organizaționale
- Capabilități informaționale
- Percepția privind competiția și strategia competitivă

7. Proceduri și politici

- Politica de IC a companiei
- Auditul de intelligence
- Cerințe de informații
- Sistemul de surse al companiei
- Procedura de diseminare
- Planul de implementare
- Politica de securitate

8. Planuri și operații

- Event networking
- Quarterback
- Inginerie socială
- Mystery shopping

9. Instrumente și tehnici persuasive

- Ascultă și "citește" răspunsul în comunicare
- Reflexe eficiente în gestiunea conflictelor
- Construirea încrederii

10. Organizarea informațiilor

- Taxonomie
- Profil competitor
- Intelligence biografic
- Template-uri
- Hărți mentale

Calendarul cursurilor open 2007

Ci110	Bazele intelligence-ului competitiv	ianuarie, aprilie, octombrie
<u>Ci111</u>	<u>Profilul Competitorului</u>	9 decembrie 2006, mai, noiembrie
Ci112	Avertizarea timpurie în afaceri	ianuarie, mai, noiembrie
Ci113	Surse de informații pentru afaceri	februarie, iunie, decembrie
Ci114	Tehnici de colectare a informațiilor de pe Internet	februarie, iunie, decembrie
Ci115	Scenarii strategice și jocuri de rol competitiv	martie, septembrie
Ci116	Strategii și răspuns competitiv	martie, septembrie
Ci117	Intelligence la târguri și expoziții	aprilie, octombrie

Acțiunea competitivă - principii de acțiune

- calea optimă de a câștiga într-o competiție este prin a înceta "lupta directă" cu competitorii;
- a face competiția irelevantă presupune a crea și menține un "spațiu de piață" asimetric;
- funcția de intelligence trebuie să anticipeze strategiile competitorilor și să planifice acțiunea împotriva imitației.