

# 10 MOTIVE

## pentru care firmele nou înființate au nevoie de Competitive Intelligence<sup>1</sup>

Până nu demult, o simplă analiză de marketing era suficientă pentru ca o firmă să își găsească locul în piață, mai ales, într-o economie capitalistă aflată la început, așa cum era cea românească.

Totuși, pe măsură ce competiția a devenit din ce în ce mai acerbă, necesitatea de a găsi noi avantaje competitive a crescut exponențial. De aceea, pentru ca o firmă nou înființată să poată lua deciziile corecte și pentru a intra cu succes pe o piață aglomerată, este necesar ca top-managementul să cunoască, în primul rând, toate detaliile cu privire la piață și competitori.

# 1

## **Pentru a proteja IDEEA ce stă la baza unui start-up**

De cele mai multe ori, ideea sau ideile care stau la baza înființării unei firme noi nu sunt protejate corespunzător. Detalii oferite unor parteneri sau investitori pot duce la pierderea inițiativei în fața unui concurent abil și cu resurse disponibile. O companie deja funcțională poate asimila și implementa, în principiu, mai repede o idee interesantă. Protecția ideii nu se referă doar la informație în sine, ci și la acțiunile proprii care o pot devalua.



# 2

## **Pentru a fi cu cel puțin un pas înaintea tuturor**

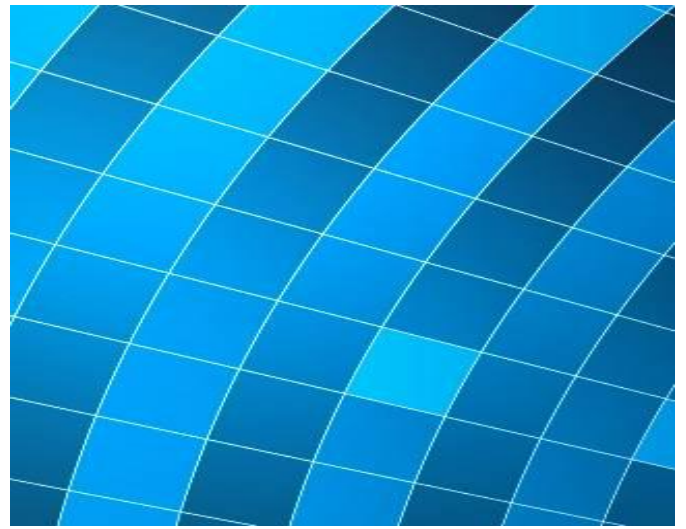
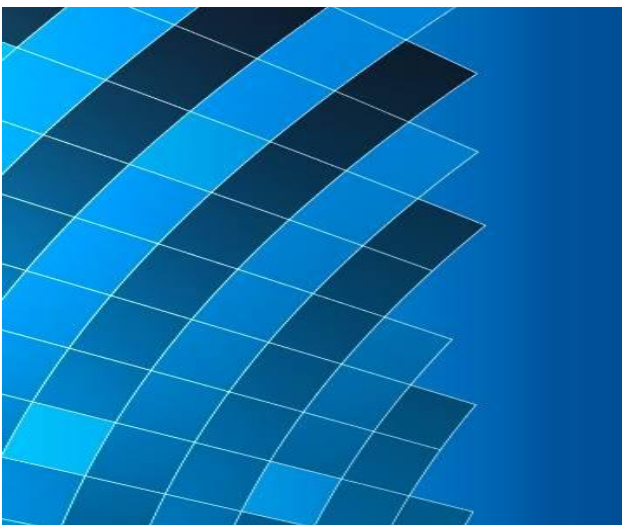
Firmele care prosperă sunt, în general, cele care demonstrează că pot reacționa cel mai rapid la nevoile consumatorilor, nevoi aflate într-o continuă schimbare. Piața telefoniei mobile, a mașinilor sau a gadgeturilor sunt doar câteva exemple care susțin această idee. De aceea, pentru o firmă nou înființată, a fi cu un pas înaintea concurenților în cunoșterea pieței reprezintă biletul către succes. Prin Competitive Intelligence, analizăm permanent trenduri și facem estimări.

# 3

## Pentru a cunoaște mediul în care funcționează

Schimbările politice duc, cel puțin în România, la schimbări importante în mediul economic. Deși negată de actorii politici, dependența economicului de politic este o realitate.

A cunoaște anticipat eventualele proiecte de modificare a cadrului legislativ permite beneficiarului de intelligence să proiecteze scenarii și să elaboreze planuri de contingență, care să îl ferească de șocuri induse de neprevăzut.



# 4

## Înțelegerea tendențelor tehnologice

Studierea sistematică a competitorilor și, mai ales, a acțiunilor acestora ce aduc un plus de competitivitate ne poate arăta o nouă tendință a pieței, o posibilă metodă de inovare sau noi direcții către care se îndreaptă tehnologia. Toate acestea pot ajuta o firmă nou înființată să își concentreze activitatea către tehnologii cu potențial crescut de succes.

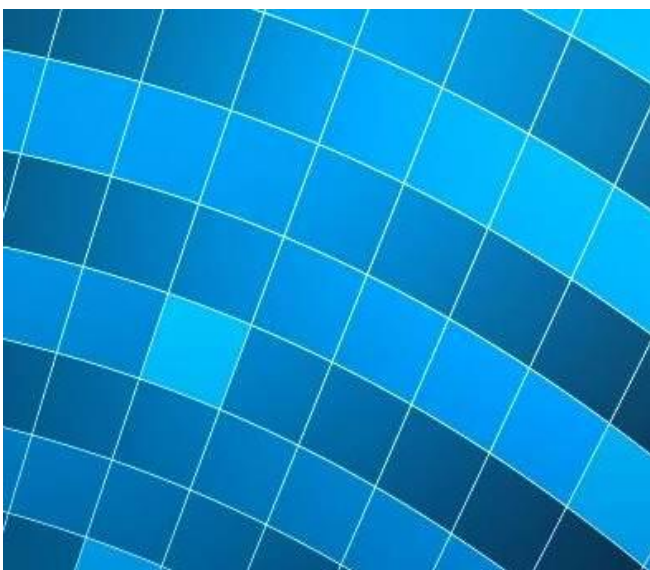
Selecția tehnologiilor și aplicarea lor corespunzătoare creează avantaj competitiv.

# 5

## Pentru a învăța din greșelile altora și pe banii altora

O companie nou înființată are de ales între a învăța din greșelile altora sau din propriile greșeli. Propriile greșeli costă mult. Totdeauna.

Învățămintele trase de pe urma succesului și, mai ales, a pierderilor celorlalți poate scuti o firmă de riscuri foarte mari. Competitive Intelligence scoate la suprafață motivele succesului sau, deopotrivă, ale insuccesului, iar deținerea acestor informații poate sprijini semnificativ compania.



# 6

## Pentru a atrage investitorii

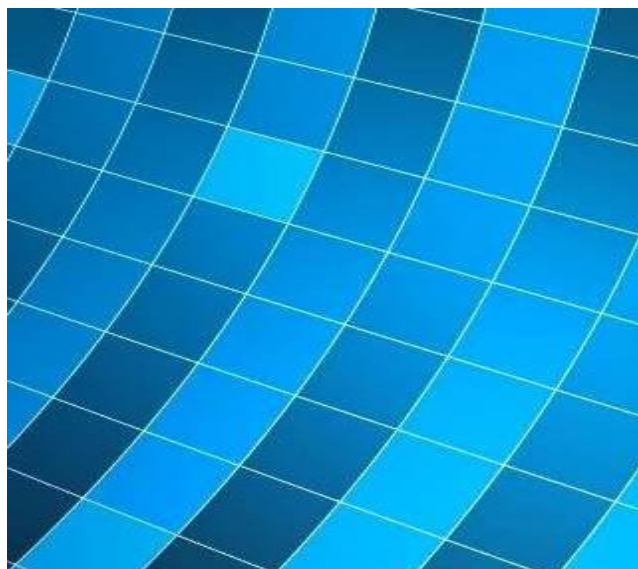
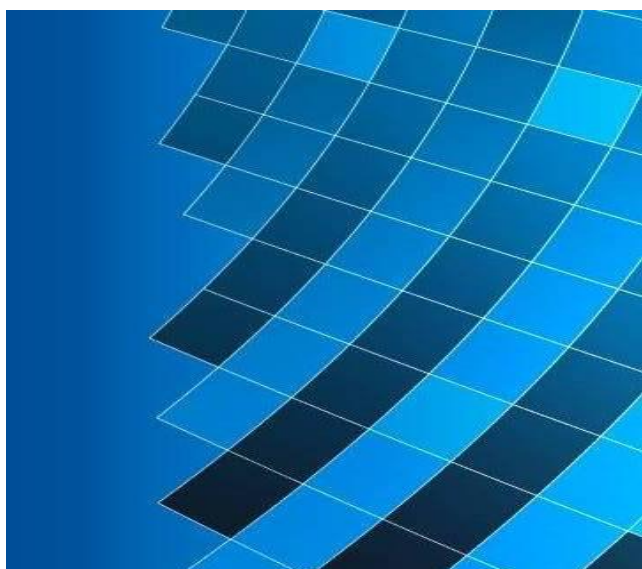
Investitorii sunt prudenți.

În special, atunci când intră pe o piață relativ instabilă și cu foarte multe necunoscute, așa cum este piața românească, aceștia vor privi cu scepticism orice urmă de îndoială din planul de afaceri pe care îl finanțează. De aceea, informațiile de mare valoare care pot fi obținute din activitatea de Competitive Intelligence reprezintă cheia către câștigarea încrederii investitorilor care vor să cunoască într-un mod cât mai complet compania și piața în care decid să investească.

# 7

## **Pentru a proteja tehnologia novatoare pe care o poate deține un start-up**

De multe ori se întâmplă ca cei care inventează/inovează să prefere să beneficieze de munca lor în propria firmă. Protecția patrimoniului imaterial – a cunoștințelor, know-how-ului, metodelor de fabricație, modelelor industriale – se dovedește mai greu de realizat decât pare la prima vedere. Filosofia de lucru a companiei bazată pe cultură de informații și intelligence poate, cu costuri minime, să îndepărteze potențiale dezastre.



# 8

## **Pentru a avea, încă de la început, cultura de intelligence ca parte a culturii organizaționale**

O companie nou înființată are avantajul de a introduce reguli și proceduri, prin care să-și protejeze interesele în raport cu terții. Cultura de intelligence, ca parte a culturii organizaționale, este un avantaj competitiv ce poate fi introdus și păstrat din prima zi de funcționare, costurile fiind ne semnificative.

Corporațiile cheltuie sume importante pentru asimilarea acestui tip de cultură în propria cultură organizațională.

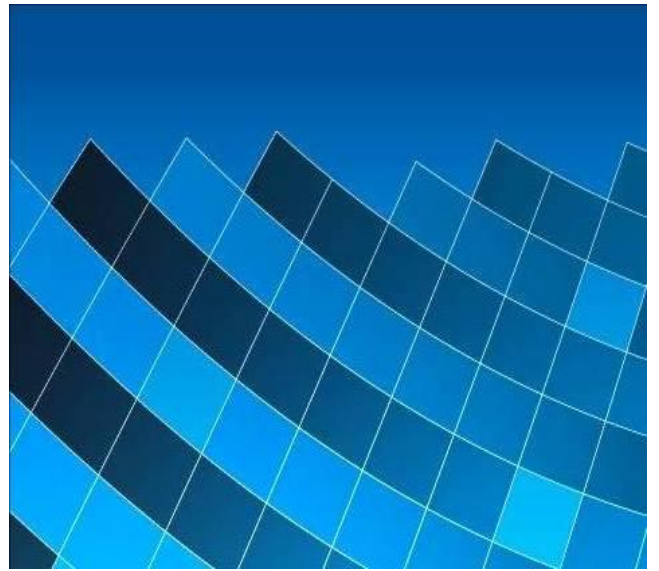
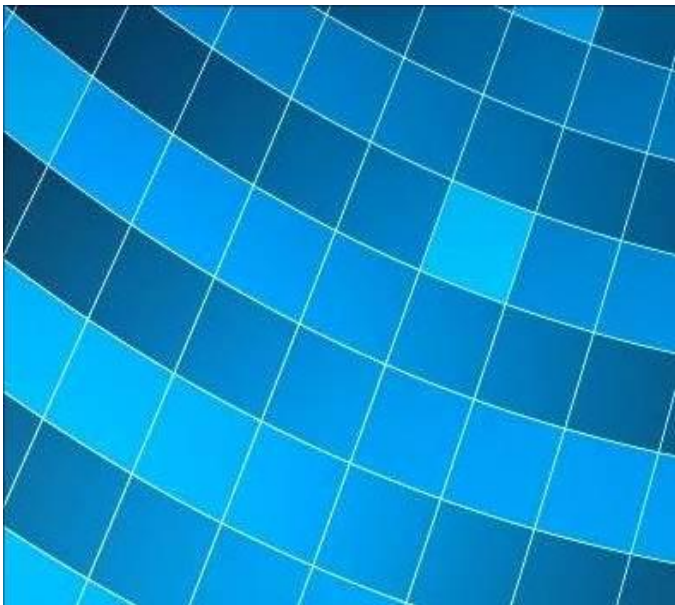
# 9

## Pentru supraviețuire

Deși cu un potențial imens de dezvoltare economică, supraviețuirea unei firme noi în România este o provocare.

De aceea, nu numai informațiile cu privire la liderii pieței sunt importante, ci, mai ales, cele cu privire la celelalte firme nou înființate.

Acestea urmăresc aceleași scopuri, întâlnesc aceleași condiții și, de ce nu, sunt la fel de agresive, deci se pot dovedi a fi chiar mai periculoase decât liderii pieței.



# 10

## Pentru că este posibil

Dacă până de curând colectarea de date și informații era extrem de costisitoare, odată cu evoluția tehnologiei, colectarea și stocarea informației ce va fi transformată în intelligence a devenit mult mai facilă.

De aceea, raportul cost-beneficiu al activității de Competitive Intelligence va fi întotdeauna unul avantajos.

Chiar și metode simple, aplicate sistematic și cu profesionalism, pot aduce beneficii surprinzătoare.

**<sup>1</sup>Activitatea de Competitive Intelligence constă în identificarea nevoii de informație la nivelul top-managementului, colectarea, procesarea, analiza datelor și informațiilor, producerea și difuzarea de intelligence, în limitele legii și ale eticii profesionale, precum și protecția informațiilor proprii, cu scopul de a crește competitivitatea unei companii sau a unui alt tip de organizație.**

[www.hcintell.eu](http://www.hcintell.eu)

[contact@hcintell.eu](mailto:contact@hcintell.eu)

