



Конкурентная разведка для бизнеса

Дмитрий Золотухин

COMPETITIVE



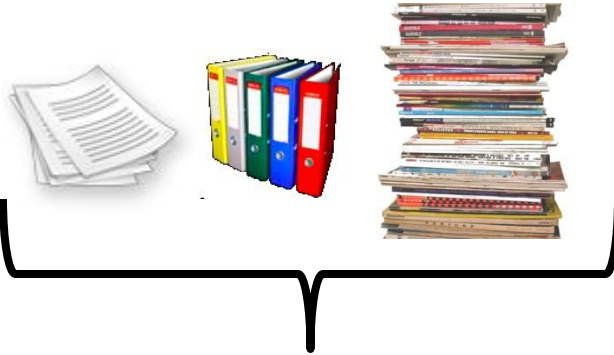
INTELLIGENCE

I'M NOT A SPY

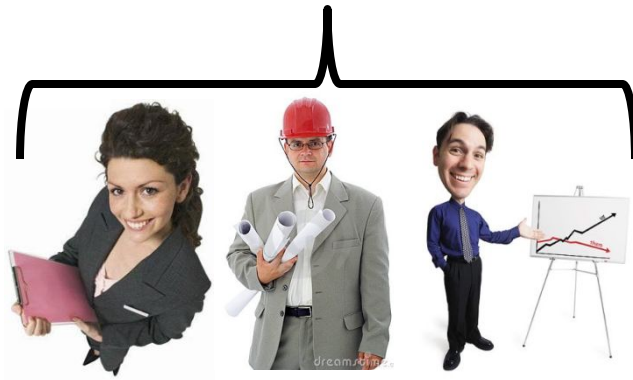


I CAN DO
MUCH
BETTER

COMPETITIVE LANDSCAPE



Competitive intelligence



Разведывательный цикл

Как добыть информацию и получить ответы на вопросы



Конкретная постановка задачи



- Какие рекламные ресурсы из числа печатных изданий смогут принести наибольшую отдачу от вложения рекламного бюджета?



Поиск источников информации



- В каких местах и у кого могут быть ответы на интересующие нас вопросы?



Изучение среды



- Составить список изданий на основе справочника!
- Внести в него профильные и популярные печатные СМИ
- Максимально сократить выборку



Первичные данные



- Проанализировать рекламные объявления конкурентов
- Визуализировать данные



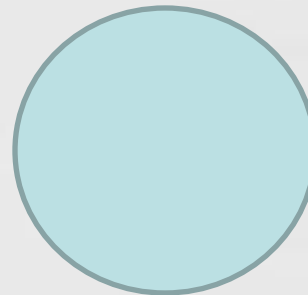
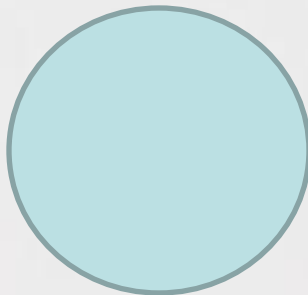
Изучение среды

- Составить список рекламных агентств, которые работают с изданиями, где «нашлись» объявления конкурентов

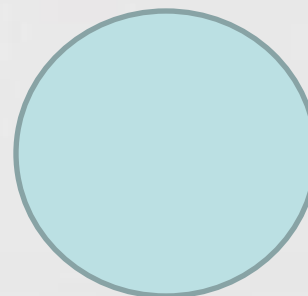
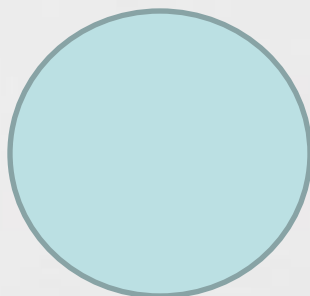


Промежуточный объект

Промежуточный объект



Непосредственный
объект



Промежуточный объект

Промежуточный объект



Промежуточный объект

- Получить от РА информацию о скидках и условиях работы в избранных СМИ



Промежуточный объект

- Проведение переговоров с РА
- Соглашение о сотрудничестве
- Легализация



Непосредственный объект

- Получение информации от конкурентов с позиций РА



Непосредственный объект

- Анализ информации и создание информационного продукта



CEW – good for CEO



Competitive early warning

технология работы с информацией постоянного мониторинга и анализа факторов, влияющих на бизнес, с целью принятия решений



В 50-х гг. похожая система была запущена в США для раннего предупреждения о ракетном нападении со стороны Советского Союза

Механизм КРП



Как получить информацию о компании?



Вам расскажут о ней ее
сотрудники!



Фиктивное собеседование



- Поиск кандидатов на работу;
- Определение и изучение наиболее интересных кандидатов;
- Подготовка вопросов и планирование беседы;
- Приглашение на собеседование;
- Проведение собеседования.



Сам себе коллектор



- Собрать максимально возможное количество информации о сильных и слабых сторонах должника;
- Оценить его присутствие в информационном пространстве;
- Оценить свои риски и спрогнозировать развитие ситуации;
- Сформировать вокруг должника негативную информационную среду.



Спасибо за внимание!



razvedka@email.ua



050 304 7666



dmitriy_zolotukhin



ua_intelligence



<http://ci-ua.blogspot.com>

