



REVIE na Prática – Inteligência Competitiva

Daniela Ramos Teixeira

Nos [dois artigos anteriores*](#), Daniela Ramos Teixeira apresentou o Método REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial), como funciona e quais são os benefícios de se construir uma Rede de Valor para Inteligência Empresarial.

O presente artigo mostra um estudo de caso na indústria de Telecomunicações com foco no eixo Inteligência Competitiva da REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial).

Este artigo vai mostrar um exemplo de aplicabilidade da REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial) aliada às táticas de guerrilha e às ferramentas/plataformas de colaboração (como intranet, extranet, Web 2.0) para resolver os problemas e os desafios de um gerente no eixo inteligência competitiva.

O método REVIE é formado por processos, padrões e melhores práticas, tendo como proposta integrar as principais frentes em Marketing e Vendas:

- Inteligência Competitiva;
- Produtos/ Serviços;
- Clientes e
- Parcerias.

* leia os artigos dessa série: REVIE – a Rede de Valor para Inteligência Empresarial e “Matrix de Negócios”? Como funciona a REVIE em www.revie.com.br, seção Centro de Conhecimento REVIE/ Artigos.



Foram mapeadas em torno de 20 melhores práticas em Inteligência Competitiva que são aplicáveis ao método REVIE, sendo que vamos mostrar a prática de algumas ferramentas e técnicas de IC (Inteligência Competitiva) com o estudo de caso apresentado abaixo.

A Bomba!

"O telefone toca. O gerente de negócios de uma empresa de telecomunicações diz: essa empresa é mais uma que caminha para a fusão. No correio eletrônico, e-mail sobre os avanços da convergência no Brasil, analisando os impactos no portfólio de soluções -- a empresa não possui parceiros estratégicos para enfrentar a era da Convergência.

Na mesa dele, uma proposta da equipe para avaliação de investimentos no desenvolvimento de um novo produto. Ele sabe que já tem concorrente com oferta no mercado similar a este produto. Mas este produto do concorrente é lucrativo? Já alcançou a maturidade? Quais os pontos fracos desta solução?

O analista da equipe chega e diz: detectamos que um grupo de clientes quer mais interação com a empresa. Ele pergunta: mas já não temos o web site e a central de call center?

O gerente de vendas liga para afirmar que os dados de 'mkt share' enviados pela área de Inteligência Competitiva não estão corretos: vendemos mais! Não podemos estar atrás daquele concorrente."



Alguma semelhança no seu dia-a-dia?

Essa é a realidade de gerentes e executivos das áreas de marketing, desenvolvimento de negócios, vendas e planejamento das empresas de Telecom.

Parte 1 - Eixo: Inteligência Competitiva (IC)

Inteligência Competitiva é o processo de captura, seleção, análise, gerenciamento e disseminação da informação sobre o ambiente no qual a empresa compete para a criação de conhecimento e a tomada de decisão, seja ela estratégica ou operacional.

Táticas de Guerrilha relacionadas à Inteligência Competitiva: respostas rápidas ao mercado e ações que surpreendam o cliente e o concorrente.

Problema/Desafio 1:

- divergência dos dados de vendas que foram enviados pela equipe de vendas e gerados pelo sistema de BI (Inteligência de Negócios).

Solução:

- há ferramentas e técnicas de IC (Inteligência Competitiva) que podem trabalhar em conjunto com o sistema de BI (BI (Inteligência de Negócios) para ajudar na validação dos dados entregues pela equipe de vendas. Neste caso específico, a análise de win/loss, que faz um levantamento da perda/ganho de contratos/clientes da empresa em relação à concorrência, pode ser feita num trabalho em conjunto da área de vendas com Inteligência Competitiva/ BI.

**Problema/Desafio 2:**

- empresa precisa avaliar se vale a pena lançar produto similar ao do concorrente no mercado. Empresa desconhece os pontos fracos desta solução.

Solução:

- neste caso, pode-se fazer um mapeamento do ciclo de vida do produto concorrente junto com uma análise SWOT (Pontos Fortes e Fracos, Ameaças e Oportunidades) tanto do concorrente quanto da solução específica.

Para identificar tendências e oportunidades de negócios no mercado, recomenda-se também a prática do *Benchmarking*, não apenas analisando empresas concorrentes, mas também as indústrias complementares aos produtos de Telecom como a de TI (Tecnologia da Informação).

O *Benchmarking* com um grupo selecionado de empresas parceiras e o trabalho conjunto de áreas internas partilhando conhecimento são passos importantes para a construção da REVIE no eixo Inteligência Competitiva. É o início da aplicabilidade do conhecimento em rede intra-empresarial e entre empresas.

Como plataforma de colaboração da REVIE para o *Benchmarking*, a extranet ou mesmo um blog corporativo, com acesso restrito, podem ser usados para a troca de informação em tempo real entre os participantes, construindo um modelo inicial de colaboração para a criação de conhecimento entre empresas. Neste caso, temos a aplicabilidade de dois eixos (Inteligência Competitiva e Inteligência de Parceiros) da REVIE para um mesmo objetivo.



Aos poucos e com a integração dos eixos, como no caso citado acima (Inteligência Competitiva e Inteligência de Parceiros), a REVIE – Rede de Valor para Inteligência Empresarial - vai tomando forma e trazendo resultados para as empresas nos quatro eixos:

- Inteligência Competitiva;
- Produtos/ Serviços;
- Clientes e
- Parcerias.

No próximo artigo, vamos dar continuidade ao estudo de caso abordando os problemas, desafios e soluções do gerente para produtos/ serviços.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- TEIXEIRA, Daniela R. **REVIE – a Rede de Valor para Inteligência Empresarial**. <http://www.revie.com.br>, abril 2009.

- TEIXEIRA, Daniela R. **O GAP entre Inteligência Competitiva e Forecasting: antecipar o futuro – quem não quer?** <http://www.ibramerc.org.br/itemBiblioteca.aspx?id=903>, junho 2009.

Daniela Ramos Teixeira é diretora da REVIE Inteligência Empresarial, empresa de consultoria e tecnologia em Inteligência Empresarial e Inteligência Competitiva. www.revie.com.br

REVIE Inteligência no Twitter: <http://twitter.com/reviebrasil>

Fonte:

www.revie.com.br

www.metaanalise.com.br