

هوش رقابتی چیست؟



نویسنده: تیم تحریریه ناصر حقیقی

لینک صفحه: <https://b2n.ir/m11002>

مقدمه:

هوش رقابتی برای کسب و کار شما بسیار مهم است به همین منظور شما در هر زمینه‌ای که فعالیت می‌کنید و پیشنهاد فروش شما هرچقدر هم که منحصر به فرد باشد، همیشه مشاغل دیگری وجود خواهند داشت که در زمینه شما برای مشتریان رقابت می‌کنند.

هوش رقابتی چیست؟



رقیب یک شرکت است که در همان صنعت شما فعالیت می‌کند و کالاها یا خدمات مشابهی را می‌فروشد. شما ممکن است بر اساس قیمت، نوع محصولی که می‌فروشید، نوع تبلیغاتی که انجام می‌دهید یا شاید کیفیت خدماتی که ارائه می‌دهید، برای بدست آوردن مشتریان با رقبای خود رقابت کنید.

وقتی به رقبای کنونی خود نگاه می‌کنید، آیا می‌دانید آنها چه می‌کنند؟ آیا می‌دانید عملیات فعلی آنها چقدر موثر است یا مشتریان آنها چقدر راضی هستند؟ وقتی استراتژی‌های کسب و کار خود را توسعه می‌دهید، آیا به این فکر می‌کنید که استراتژی‌های رقبای شما چیست؟

هوش رقابتی چیست؟

به برنامه‌ای که برای بهبود تصمیمات تجاری با آگاهی از آنچه در محیط داخلی و خارجی اتفاق می‌افتد گفته می‌شود. با استفاده از آن می‌توانید اقدامات رقبا و چشم اندازهای بلند مدت بازار را زیر نظر گرفته و ارزیابی کنید. این به شما کمک می‌کند تا اطلاعات ارزشمندی را به دست آورید و برنامه‌های پیشگیرانه‌ای برای کاهش شانس دریافت اخبار غیر منتظره مانند عرضه محصول جدید رقیب، یا تغییر استراتژی قیمت گذاری، ایجاد کنید.

هوش رقابتی چیست؟



درک رقباى خود

هوش رقابتی نظارت منظم بر عملکرد رقباى شما برای تعیین آنچه آنها در حال حاضر انجام می‌دهند و آنچه که احتمالاً در آینده انجام می‌دهند، دارد. با جمع آوری این نوع اطلاعات، تصمیمات خود را از نظر استراتژیک و تاکتیکی بهبود می‌بخشید و درک بهتری از موقعیت رقابتی خود پیدا می‌کنید.



به عنوان مثال، اگر می‌دانید که یک رقیب اصلی استراتژی خرید را دنبال می‌کند، ممکن است تصمیم بگیرید که در آن بحث رقابت نکنید، بلکه به جای آن بر کیفیت و خدمات مشتری تمرکز کنید یا اگر رقیبی شروع به خرید مواد اولیه از کشور دیگری می‌کند، ممکن است تأکید کنید که از مواد "داخلی" به عنوان موضوعی برای کمپین تبلیغاتی بعدی خود استفاده می‌کنید.

هوش رقابتی بر پنج دسته اساسی اطلاعات تمرکز دارد:

هوش رقابتی چیست؟



۱. ارزیابی استراتژی - استراتژی های رقباى شما چیست؟
 ۲. عملیات فعلی - رقباى شما در حال حاضر چه می کنند؟
 ۳. درک رقبا - مشتریان چگونه رقباى شما را درک می کنند؟
 ۴. قابلیت های رقبا - رقباى شما از چه مزایایی می توانند در حال حاضر و در آینده استفاده کنند؟
 ۵. چشم اندازهای بازار-بازار در چه جهتی در حال حرکت است و رقباى شما در چه موقعیتی قرار دارند که با آن حرکت کنند؟
- با کشف اطلاعات مربوط به این پنج حوزه ، می توانید اقدامات و واکنش های خود را بر این اساس برنامه ریزی کنید.

درک موقعیت رقابتی خود

علاوه بر جمع آوری اطلاعات در مورد رقبا، می توانید از آنها جلوتر باشید، بسیار مهم است که بدانید دقیقاً کجا و در چه موقعیتی از بازار قرار دارید. چندین ابزار استراتژی مفید وجود دارد که به شما کمک می کند درک عمیق تری از موقعیت رقابتی خود در بازار کسب کنید.



هوش رقابتی چیست؟



تجزیه و تحلیل می‌تواند به شما در درک نحوه رقابت سایر مشاغل در صنعت شما کمک کند. این به شما کمک می‌کند تا "مزیت رقابتی" خود را تعریف کرده و ایجاد کنید تا شما را از رقبای خود متمایز کند.

تجزیه و تحلیل می‌تواند به شما در تشخیص کارهایی که شرکت شما به خوبی انجام می‌دهد، کمک کند و سایر مشاغل نمی‌توانند آنقدر سریع کپی کنند که بر رقابت تأثیر بگذارد. شما می‌توانید با تجزیه و تحلیل میزان تأثیر مشتریان بر خرید آنها از شما، و اینکه آیا می‌توان آنها را در طیف وسیعی از بازارهای بالقوه به کار گرفت یا خیر.

استفاده از ۵ ویژگی زیر به شما کمک می‌کند تا ارزیابی کنید که قدرت در یک موقعیت تجاری کجاست و اینکه آیا محصول یا خدمات جدید بالقوه موفق خواهد بود یا خیر. این ابزار قدرت پنج نیروی موثر بر رقابت را بررسی می‌کند. اینها عبارتند از:

- قدرت تأمین کننده
- قدرت خریدار
- رقابت رقابتی
- تهدید جایگزینی
- تهدید ورود جدید

هوش رقابتی چیست؟



استراتژی‌های عمومی به سه روش اصلی برای کسب مزیت رقابتی در بخش خود نگاه می‌کند. شما می‌توانید این کار را با: تمرکز بر هزینه؛ ارائه خدمات در بازار تخصصی؛ یا محصولات خود را متفاوت و جذاب تر از محصولات رقبای خود کنید.

از کجا می‌توانیم اطلاعات رقابتی را پیدا کرد

بزرگترین سوالی که معمولاً افراد هنگام بررسی هوش رقابتی دارند این است که منابع اطلاعات خود را از کجا پیدا کنند. رقبا به طور فعال قصد ندارند نوع اطلاعاتی را که می‌خواهید بدانید در اختیار عموم قرار دهند. با این حال، منابع مختلفی وجود دارد که می‌توانند اطلاعات مورد نیاز شما را ارائه دهند، از جمله:

رقبا

- بروشورها و سایر مطالب بازاریابی آنها را جمع آوری کنید.
- محصولات رقبای خود را بخرید و آنها را تجزیه و تحلیل کنید.
- وب سایت‌های رقبا را بخوانید.
- برای شرکت‌های دولتی، به گزارش سهامداران و اطلاعیه‌ها توجه کنید.
- در صورت امکان، از فروشگاه‌های رقبا دیدن کنید و با مردم آنجا صحبت کنید.

هوش رقابتی چیست؟



مشتریان

- رضایت مشتری را از محصولات خود در مقابل محصولات رقبا بررسی کنید.
- بر اساس فاکتورهای مهم موفقیت خود، برای مشتریان کارت امتیازی ایجاد کنید.
- از مشتریان بپرسید چرا ممکن است از رقبای شما خرید کنند و نه از شما.
- هنگام صحبت با مشتریان خود، به هرگونه نظر خوب یا بد که در مورد رقبا می‌دهند توجه کنید.

تامین کنندگان

- در رویدادها، کنفرانس‌ها و ارائه‌هایی که توسط تأمین کنندگان حمایت می‌شوند یا شرکت می‌کنند شرکت کنید و ببینید رقبای شما در کدام یک شرکت می‌کنند.
- برای اطلاع از رقبا، مشتریان فعلی یا مشتریان بالقوه، از وب سایت‌های تأمین کننده مشورت کنید.

انجمن‌های صنعتی

- به انجمن‌ها و گروه‌های تجاری مرتبط با صنعت خود بپیوندید.

کنفرانس‌ها

- در کنفرانس‌ها و سایر رویدادهای صنعت خود شرکت کنید.

هوش رقابتی چیست؟



مجلات تجاری

- مشترک نشریات صنعت خود، نهادهای نظارتی، انجمن‌های تجاری، گروه‌های تجاری محلی و غیره شوید. این به شما کمک می‌کند تا از آخرین اطلاعات صنعت مطلع باشید. حتی اگر نمی‌خواهید پول خود را خرج این مجلات کنید، با جستجو در کتابخانه‌ها می‌توانید به آنها دسترسی داشته باشید.

آنلاین

- وب سایت‌های مرتبط، وبلاگ‌ها و کانال‌های رسانه‌های اجتماعی را جستجو کنید.
- همچنین می‌توانید از سایر منابع خارجی کمک بگیرید - برای مثال، با استخدام یک متخصص هوش رقابتی که می‌تواند اطلاعات را برای شما جمع‌آوری کند.

ضد اطلاعات رقابتی

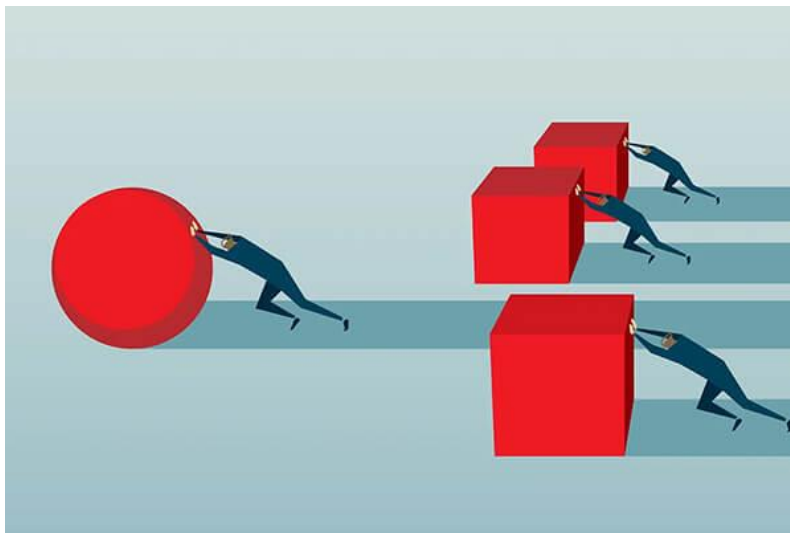
- ضد هوش به اندازه هوش رقابتی مهم است. در حالی که در جستجوی اطلاعات در مورد رقبای خود هستید، باید به طور فعال از اطلاعات خود محافظت کنید. احتمالاً هرگز نمی‌توانید همه چیز را مخفی نگه دارید، اما می‌توانید برای کسب اطلاعات در مورد عملیات خود از همان منابعی که ذکر کرده‌ایم مشورت کنید و دریابید آیا چیزی عمومی است که نباید باشد.
- شیوه‌ها و سیستم‌هایی را برای کمک به ایمن نگه داشتن اطلاعات خود ایجاد کنید. به عنوان مثال، می‌توانید از کارکنان خود بخواهید که قراردادهای محرمانه بودن را امضا کنند، همه دسترسی رسانه‌ها و گزارش‌های عمومی را به یک متخصص ارتباطات محدود کنند و از شیوه‌های دقیق استخدام و اخراج استفاده کنند.

هوش رقابتی چیست؟



استراتژی هوش رقابتی

با داشتن اطلاعات بسیار زیاد، گم شدن در جستجوی هوشمندانه رقابتی آسان است.



بنابراین داشتن یک استراتژی فروش هوشمند رقابتی بسیار مهم است. چهار مولفه اساسی یک استراتژی جامع وجود دارد:

- برنامه ریزی
- جمع آوری
- تجزیه و تحلیل
- ارتباط و ذخیره.

هوش رقابتی چیست؟



برنامه ریزی

- آنچه را که باید بدانید و دلیل آن را مشخص کنید.
- چه اطلاعاتی را باید بدانید؟
- چرا باید بدانید؟
- از قبل چه می‌دانید؟
- جمع آوری اطلاعاتی که ندارید چقدر هزینه خواهد داشت؟
- وقتی اطلاعات را در اختیار داشتید چه می‌کنید؟
- پاسخ‌های شما به تصمیمات شما در مورد منابع مورد استفاده شما و میزان زمان و انرژی شما در استراتژی شما کمک می‌کند.

جمع آوری

- شروع به جمع آوری اطلاعات کنید.
- چه چیزهایی نیاز دارید؟
- چه کسی کارها را انجام می‌دهد؟
- آیا از کارکنان داخلی استفاده خواهید کرد یا از خدمات خارجی؟
- آیا از نرم افزارهای تخصصی استفاده می‌کنید؟
- برای اطمینان از اخلاقی و قانونی بودن جمع آوری اطلاعات، به چه دستورالعمل‌هایی نیاز دارید؟

هوش رقابتی چیست؟



تجزیه و تحلیل

- نحوه استفاده از اطلاعات را تعیین کنید.
- شرکت شما چه کاری می‌تواند بهتر انجام دهد؟
- چه کاری می‌توانید متفاوت انجام دهید؟
- رقبای شما احتمالاً چه محدودده‌ای از حرکت‌های استراتژیک را دنبال خواهند کرد؟
- با توجه به روندها و رویدادهای موجود در صنعت، احتمال واکنش رقبای شما چگونه است؟



هوش رقابتی چیست؟



ارتباط و ذخیره اطلاعات

- احتمالاً از تمام اطلاعات به طور مداوم استفاده نخواهید کرد، بنابراین تصمیم بگیرید که چگونه یافته‌های خود را در حال حاضر و در آینده توزیع کنید.
- اکنون چه اطلاعاتی باید به کارکنان خود بگویید؟ و در آینده چطور؟
- چه کسی باید این اطلاعات را بداند؟ در آینده چطور؟
- چگونه اطلاعات را برای استفاده در آینده ذخیره خواهید کرد؟
- چگونه از تجربیات خود درس خواهید گرفت؟

نتیجه گیری

هوش رقابتی شامل پیش بینی و حدس زیادی است. با توسعه یک استراتژی برای پیروی، خود را در موقعیت بهتری برای درک آنچه باید بدانید و نحوه استفاده از این دانش قرار دهید. فعال بودن و واکنش گرا بودن، چیزی است که شما را جلوتر از رقبا نگه می‌دارد.

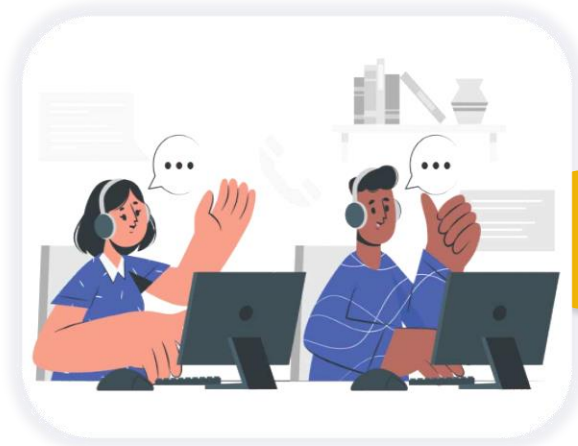
هوش رقابتی چیست؟



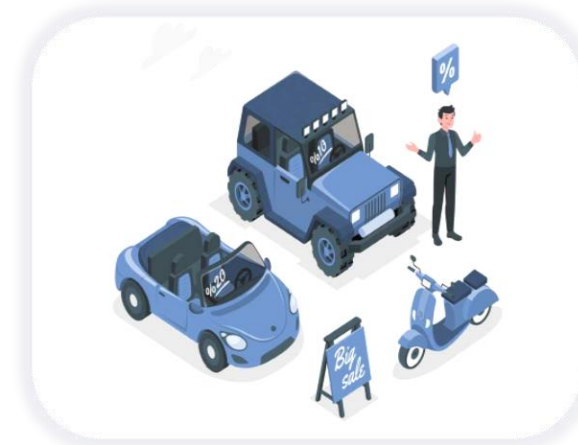
بیشتر بخوانید ...



۶ اصل اساسی روانشناسی فروش



۵ نکته مهم در فروش تلفنی



۹ تکنیک اصلی فروش