



תוצרי מידע עסקי תחרותי

מידע מוקדם, איכותי וממוקד, ייקבע את סיכויי ההישרדות של חברה עסקית בשוק תחרותי קיים. בחדירה לשווקים חדשים ולפעילויות חדשות מידע כזה מכריע אם ההשקעה תוחזר או תרד לטמיון

מאת: אורנית סולם



שאול זהר

עבדנו עם חברה בתחום הטלפון שביקשה להיכנס לתחום מאוד מסוים בשוק ה-WiMAX (תקן לאינטרנט אלחוטי בפס רחב). אנליסטים שלנו, עם רקע בתחום התקשורת, בנו את המחקר לפי אפיון מדויק של הלקוח. בעזרת מתודולוגיות חיפוש חדשניות, מאגרי מידע, מגוון מקורות וכלים ייחודיים הגענו למידע רב ערך, לשביעות רצונה של החברה.

בנוסף לפעילות המוזכרת, איתרנו מחקרי שוק קיימים של חברות מחקר בינלאומיות עמיתות איתן אנו עובדים בשיתוף פעולה. מחקרים אלה, השלימו את המידע שנאסף על ידנו ובכך הוענק ללקוח בסיס ידע איתן אשר סייע בקבלת החלטות מולן הוא ניצב. כדי לנתח ולהצליב מידע מנהלת חברת Meidata רשת ענפה של שיתופי פעולה עם חברות מחקר שוק מובילות בעולם - מחקרים אלה שופכים אור ומציגים מידע בעל ערך רב על השוק הנחקר.

שימוש במידע לצורך כניסה לשוק חדש ניתן לראות גם בדוגמא הבאה: Meidata עבדה עם חברה אשר ביקשה להשיק שירות חדש בישראל וביצעה עבורה מחקר הבוחן השקות של מוצרים דומים בחברות מקבילות בעולם. מחקרים מסוג זה, אשר הופכים להיות מצרך חובה בחברות, נועדו להראות את הפעילות שנעשתה בהשקות דומות במקומות אחרים, ועד כמה פעילות, זו או אחרת, הצליחה. מחקר כזה מתבסס על עקרון אסטרטגי עתיק יומין וחשוב מאין כמותו והוא: החוכמה והתועלת בלמידה מניסיון של אחרים. המציאות העכשווית מראה שהמידע הופך להיות זמין יותר מבעבר ובעזרת גישה למאגרי המידע הנכונים, איסוף נכון ומקיף ועיבוד מתאים של המידע, ניתן להפחית את הסיכון במהלכים משמעותיים של החברה.

פתרונות טכנולוגיים

חברות רבות מעסיקות אנליסטים המרכזים את איסוף המידע, המחקר והפצתו בתוך הארגון. קיימים כלים מסוגים שונים אשר מאפשרים עבודה יעילה יותר, הגעה למידע רחב יותר, והפצה משמעותית בתוך הארגון. Meidata יודעת לספק פתרונות טכנולוגיים המותאמים ללקוח אשר מיועדים לאיסוף והפצת מידע. פורטל מידע תחרותי, אשר לעיתים משולב בתוך המערכות הקיימות בחברה, הינו דרך נהדרת להפיץ את המידע בתוך הארגון. המידע חייב להיות מוטמע בתוך הארגון וזמין במגוון דרכים. אנו עובדים בצמוד עם חברות על מנת להפוך את המידע לנצבר, ולא לחד פעמי - יש דרכים להפוך את זה לאפשרי. בהסתמך על מוצרים אינטרנטיים פופולאריים, Meidata מתמקדת במציאת פתרונות מהירים וקלים להטמעה אשר עונים על צורך ברור ונראה לעין, ונמנעת מלהציע מערכות עתירות תקציב הכרוכות בתהליכי הטמעה ארוכים אשר לרוב נכשלים.

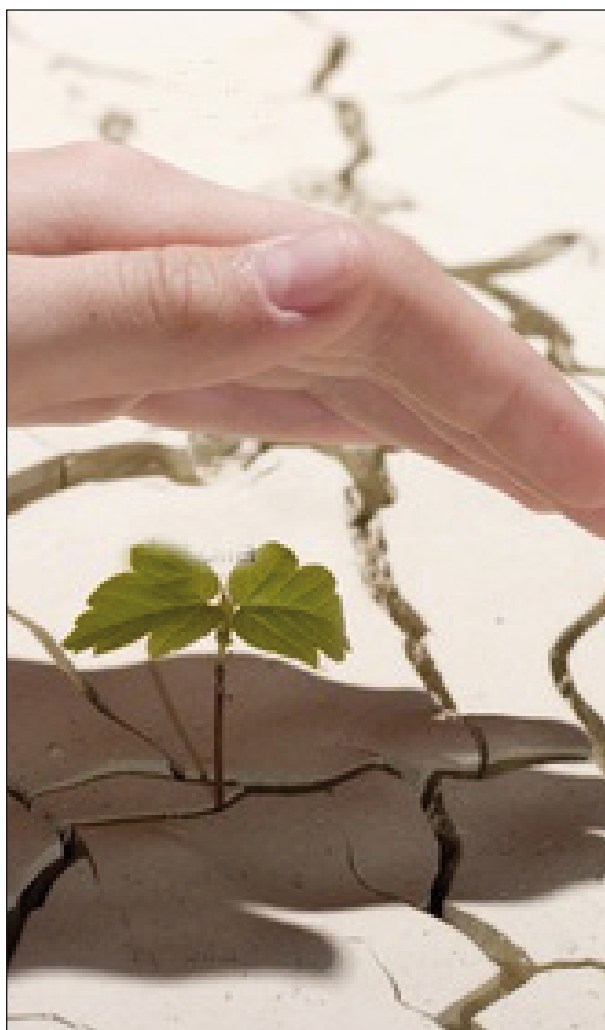
דוגמא למערכת מידע תחרותי בעלת מרכיב ברור של החזר על השקעה (ROI), הינה מערכת איסוף. הכנסנו לחברה ישראלית גדולה מערכת המייעלת את תהליכי האיסוף ממקורות מידע גלויים ומשביחה אותם. טרם השימוש במערכת, עובד בחצי משרה היה אחראי על איסוף החומר ממגוון אתרים - לאחר שהטמענו את המערכת צמצמנו את עבודתו לחצי יום, לכל היותר. החיסכון בעלויות הינו ניכר ומשמעותי ביותר.

לדעת לנהל

ב-Meidata גורסים כי כבר היום חברות צועדות לכיוון שימוש מושכל במידע עסקי תחרותי בתוך הארגון. עומס המידע ומיומנויות מתפתחות של ניהול בארץ, יוצרות את הצורך לשירותים אותן מציעה חברת Meidata. על כל מנהל לדעת שעשה את מירב המאמצים להשיג את כל המידע שניתן להשיג, והפך אותו נגיש לעובדים בחברה. המידע הזה הינו הבסיס לקבלת החלטות בתוך הארגון ויש להתייחס אליו בחשיבות גדולה מאוד.

אנליסטים ברמה מקצועית גבוהה, מתודולוגיה מוכחת, נגישות לשפות מגוונות וכלים טכנולוגיים יעילים מאפשרים ללקוחות של חברת Meidata להשתמש ביעילות בכמות הרבה של המידע הרלוונטי הזמין ובאמצעותו להפוך את הניהול בחברה לניהול מבוסס מידע.

המידע הופך להיות זמין יותר מבעבר ובעזרת גישה למאגרי המידע הנכונים, איסוף נכון ומקיף ועיבוד מתאים של המידע, ניתן להפחית את הסיכון במהלכים משמעותיים של החברה



את המידע ניתן לקבל באמצעות אתר אינטרנט ייעודי או כדו"ח המעוצב ומותאם ללקוח אשר מופץ באמצעות המייל. בעזרת הדו"ח השבועי המנהלים יודעים כי בידם נמצא כל המידע הרלוונטי אשר פורסם, במגוון מקורות אפשריים, ובנוסף הם בטוחים שמידע רלוונטי זמין לעובדיהם

מחקרים ממוקדים - כניסה לשוק חדש - מחקרי שוק או Case Studies

כשחברה מעוניינת להיכנס לטריטוריה עסקית חדשה או לתחום חדש היא עורכת בחינה מדוקדקת של הסביבה התחרותית: מי הם המתחרים, מי הם הלקוחות, מהי הרגולציה הקיימת ומהן התחזיות לעתיד עבור שוק זה - אלו הן רק חלק קטן מהשאלות הרבות אשר צפות ועולות כאשר חברה מעוניינת להרחיב את פעילותה.

בעבר קיים היה הצורך להסביר את החשיבות של מודיעין תחרותי או מידע עסקי עבור תאגיד מסחרי. סיסמאות ששחררו לאוויר כמו: "העולם מופץ במידע" או "ידע זה כוח" היו הדרך לשכנע מנהלים להשתמש במידע עסקי ממקורות גלויים. מידע מסוג זה מאפשר לעקוב אחר שווקים שונים כמו גם לקבל החלטות עסקיות מושכלות המבוססות על הבנה מעמיקה של פעילות המתחרים, הלקוחות, הטכנולוגיה והרגולציה. היום, כל האמור כבר ברור והתחום של מודיעין תחרותי עובר משאלות של "למה" לשאלות של "איך" ו"מה". כיום כבר אין ספק - **מידע תחרותי הינו מרכיב בסיסי בניהול נכון.**

מידע עסקי תחרותי זה מקצועי! למקצוע זה יש מתודולוגיה משלו, כלים ומערכות משלו, תוצרים משלו ומומחים המבינים בו. Meidata הינה חברה המתמחה במידע תחרותי המספקת ללקוחות פתרונות שונים, כאלו המרכיבים את קשת הפעילות בתחום: מחקרי שוק, מעקב רציף (ניוזלטר), בנצ'מארק (Benchmark), חקר-מקרה (Case Study), מידענות עסקית ומערכות מידע. **שאול זהר**, מנכ"ל חברת Meidata מציין ש"חברות מסוימות בוחרות לעבוד עם Meidata כדי לקבל מענה לצרכים ממוקדים, ואחרות מבקשות לבצע מיקור-חוץ של חלקים ניכרים מתהליכי האיסוף והעיבוד השוטפים של המידע התחרותי - ואנחנו נותנים בדיוק את המענה המבוקש". חברות הבינו שעל מנת לנצל את המידע הקיים על השוק בו הן פועלות, עליהן לעבוד עם מומחים בתחום ואנחנו שם עם צוות היעוצים והאנליסטים שלנו לענות על הצורך הזה" הוא מוסיף.

מה הם תוצרים של מידע תחרותי? התחום הינו רחב, ולמעשה כל פעילות שיטתית חוקית לאיסוף ושימוש במידע עסקי תחרותי זמין, עשויה להיכלל בהגדרה זו. הצרכנים של התוצרים ממוקמים לאורכו ולרוחבו של ארגון - ממנהלי שיווק ומכירות,



מנהלים בכירים, אנשי פיתוח עסקי ועד מנהלי מוצר ואנשי פיתוח. חברת Meidata עובדת, באופן שוטף, עם חברות בתחומי הטלפון, האנרגיה, הקלינטק, השיווק ועוד - להלן, מספר דוגמאות בן Meidata סיפקה כלים ושירותים של מידע עסקי תחרותי ללקוחות, שהוטמעו בהצלחה בארגונים.

ניוזלטר - מעקב קבוע אחר השוק

"זה הוא אחד המוצרים המבוקשים ביותר", טוען זהר. אנחנו יודעים שמידע אודות המתחרים והלקוחות מתפרסם כל הזמן, במיוחד בהתייחס לחברות הפועלות בזירה הבינלאומית. מטרת הניוזלטר היא כפולה - לוודא שכל התפתחות רלוונטית בשוק נחשפת בזמן, ויותר מכך, שכל הגורמים הרלוונטיים בחברה מודעים לה. מקורות המידע הולכים ומתרבים ומלבד הודעות לעיתונות ועיתונות מקצועית קיימים, אין ספור בלוגים, פורומים, רשתות חברתיות ועוד, לעיתים אלו מופיעים במספר שפות ומופצים במדינות רבות ברחבי העולם.

אחת החברות להן חברת Meidata מפיקה ניוזלטר, על בסיס שבועי, הינה חברת אנרגיה בינלאומית. לאחר מיפוי הצרכים של החברה, איתרנו את כלל מקורות המידע החיצוניים הקיימים אשר עשויים לענות על צרכים אלו וכל שבוע מופץ בחברה דו"ח המסכם את השבוע החולף ומציג את האירועים המרכזיים בחתך נושאי. כך יכול כל צרכן בחברה לקרוא ולהתמקד בידע המעניינת אותו. שירות זה ענה לדרישת הלקוח וסיפק את הצורך העסקי שלו עד כדי כך שעלתה דרישה להרחיב את הכיסוי הניתן לנושאים נוספים שהם בעלי עניין עבור החברה. יתר על כן עלתה הדרישה להעביר ידיעות חשובות בזמן אמת.

את המידע אותו Meidata מאתרת ניתן לקבל באמצעות אתר אינטרנט ייעודי או כדו"ח המעוצב ומותאם ללקוח אשר מופץ באמצעות המייל. בעזרת הדו"ח השבועי המנהלים יודעים כי בידם נמצא כל המידע הרלוונטי אשר פורסם, במגוון מקורות אפשריים, ובנוסף הם בטוחים שמידע רלוונטי זמין לעובדיהם.

לניוזלטר שימושים רבים. בחברות אחרות שירות הניוזלטר נועד לגשר על פערי שפה. לדוגמא, בחברה שהמתחרה העיקרית שלה ממוקמת בגרמניה, חייבים לקרוא את כל החומרים הרלוונטיים בגרמנית. שירות של מעקב אחר מגמות השוק, גם בשפות שאינן אנגלית, הינו חלק חשוב בבניית תמונת המידע השוטפת בארגון.