

Владеть информацией – значит, управлять

Конкурентная разведка – это условное название. «Разведывают» информацию не только о конкурентах, но и о контрагентах и деловых партнерах и просто обстановку на рынке. Сейчас конкурентное преимущество получает тот, кто владеет максимально точной информацией о положении дел в отрасли в целом и действующих на рынке предприятиях в частности.

При наличии правильной и своевременной информации есть возможность снизить риски: заблаговременно выявить не состоятельность и ненадежность деловых партнеров, обезопасить себя от непредсказуемых действий контрагентов, уменьшить число случаев неплатежей по договорным обязательствам, получить объективное

несение в виде долгов, криминальных связей, неплатежеспособности – чужой, а иногда и своей собственной.

Фирма должна заниматься экономической разведкой сама или отдать ее на откуп внешней организации?

Конкурентную разведку можно проводить как внутри компании своими

мет появления в ней ссылок на конкурентов, и т. п.

К помощи специализированных компаний прибегают как предприятия малого и среднего бизнеса, так и крупные корпорации. Первые обращаются потому, что пока не могут создать собственную структуру, а информация для принятия управленческих решений нужна. Вторые обращаются для того, чтобы сравнить собственную информацию с той, которая получена от внешних компаний, для получения более объективной картины, или в часы пика, когда на отдел деловой разведки свалилось большое количество работы, или когда необходимо «снять с плеч» рутинную работу, например идентификацию лиц, и заняться более значимыми вопросами.

С помощью внешних специалистов можно создать на предприятии «с нуля» информационно-аналитиче-

Как известно, человек – самое слабое звено. Необходимо мотивировать сотрудников, чтобы у них даже мысли не возникало о том, чтобы навредить своей компании. Это основной способ защиты информации.

представление о конкурентах и т. д. Вести бизнес без рисков – нормальное и оправданное желание любого предпринимателя, а их снижение – первый и самый очевидный результат владения полной и достоверной информацией. Конкурентная разведка – только особый способ получения такой информации.

К задачам конкурентной разведки можно отнести проверку партнеров, регистрационных данных предприятия, установление руководящего состава, выявление структуры бизнеса. Цель этой информационной работы – избежать неприятностей, которые обычно проявляются в биз-

силами, так и прибегая к услугам компаний, специализирующихся на бизнес-разведке. Создание службы деловой разведки целесообразно для крупной фирмы, для малого бизнеса подобные службы не создаются, потому что для них это дорогое удовольствие. Однако это не означает что малый и средний бизнес не должны заниматься конкурентной разведкой. Напротив, в случае, если у вас нет специалиста, можно распределить некоторые задачи по мониторингу конкурентов и партнеров между теми сотрудниками, которые имеются. Например, один сотрудник постоянно читает новости на сайтах конкурентов, другой просматривает прессу на пред-

Вся информация черпается из внешних открытых источников, на 80% это СМИ и Интернет.

ское подразделение или модернизировать уже имеющуюся структуру путем внедрения современных программных решений. На такую службу в дальнейшем могут быть возложены