



# **Конкурентная разведка для бизнеса**

***Дмитрий Золотухин***

# COMPETITIVE



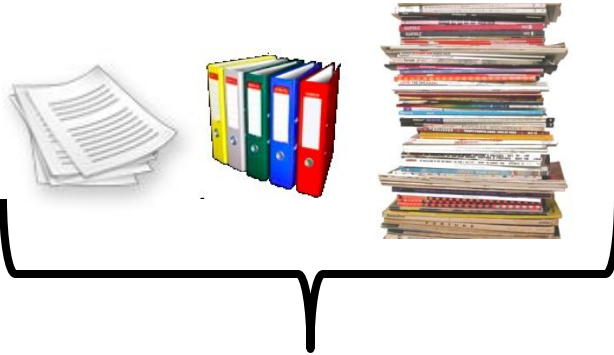
# INTELLIGENCE

**I'M NOT A SPY**

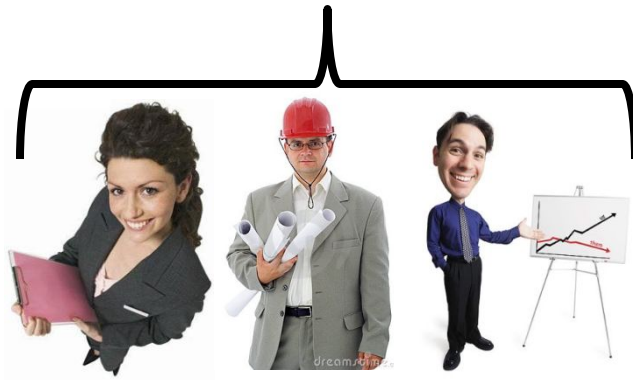


**I CAN DO**  
**MUCH**  
**BETTER**

# 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



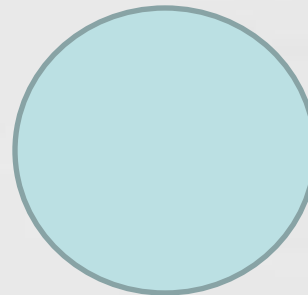
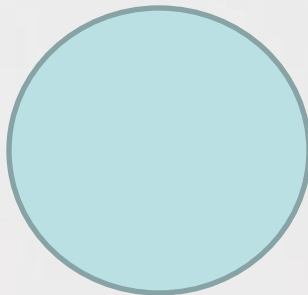
# Изучение среды

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

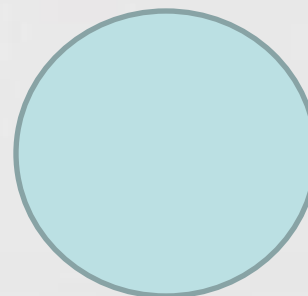
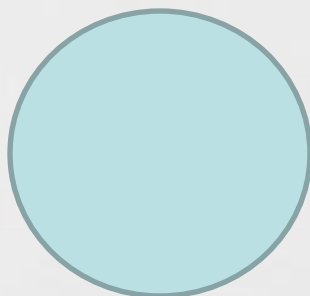


Промежуточный объект

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*

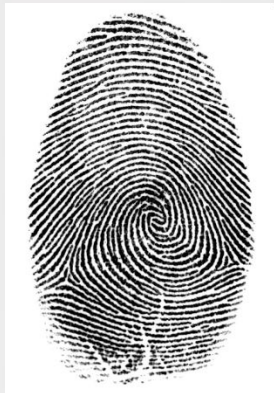
технология работы с информацией постоянного мониторинга и анализа факторов, влияющих на бизнес, с целью принятия решений

*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>**

