

Илья Мельников

Коммерческая разведка



Илья Валерьевич Мельников
Коммерческая разведка
Серия «Бизнес-школа за 30 минут»

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=640005
Бизнес-школа за 30 минут. Коммерческая разведка:*

Аннотация

Популярно о коммерческой разведке.

Содержание

Каковы задачи и цели коммерческой разведки	4
Как получить и оценить нужную информацию	6
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Бизнес-школа за 30 минут

Коммерческая разведка

Каковы задачи и цели коммерческой разведки

В настоящее время, когда многие компании осознали, что стратегическое планирование бизнеса невозможно без знания ситуации в компании-конкуренте, стала весьма востребованной коммерческая конкурентная разведка. Коммерческая разведка обеспечивает сбор и обработку информации бизнесом, в интересах бизнеса, легальными и этическими методами.

Целью коммерческой конкурентной разведки являются не только прямые, косвенные и потенциальные конкуренты, но и клиенты, поставщики, дилеры, дистрибьюторы, контролирующие организации, а также криминальные структуры и органы власти, имеющие возможность оказать влияние на бизнес. Предвидеть, предусмотреть действия других, как правило, помогает хорошо организованная разведка, и каждому нелишне знать ее возможности и некоторые приемы, которые могут быть предприняты как самим, так и недружественной стороной.

Занимаясь предпринимательством, вам могут встретиться и криминальные специалисты, и профессионалы силовых структур, и просто ловкие авантюристы, преследующие свои подозрительные цели. Все они могут предпринимать различные замысловатые приемы, которые необходимо знать особенно тем, кто сам не способен задействовать нечто подобное против других.

Как получить и оценить нужную информацию

Для решения любой проблемы требуется оптимальная информация. Нужная информация может быть открытой (более или менее доступной – СМИ, Интернет, всевозможные базы данных); полузакрытой (не засекреченной, но контролируемой теми, кого она касается); секретной (полагаемой по различным соображениям ключевой в определенных ситуациях). По оценкам специалистов разведка более 90% нужной информации добывает из открытых источников и только 5 – 10% – путем бизнес-шпионажа.

Так, простой анализ рекламы позволяет оценить прибыль фирмы-конкурента с точностью до 15%. Нелегальная коммерческая разведка включает в себя различные методы работы. Первый, и главный является оперативным методом получения информации, когда из конкурентной среды вербуются человек или внедряется свой. Следующим важным методом является использование технических средств. Например, для перехвата телефонных переговоров и электронных сообщений.

При планировании разведывательной деятельности в экономике следует сосредоточиться на следующих направлениях:

определение цели проведения разведывательной деятельности;

определение потребности субъекта экономической деятельности в информации для достижения этих целей;

определение источников получения необходимой информации.

Считать полезной информацию принято лишь тогда, когда ее можно использовать. Полезность информации зависит от ее полноты, точности и своевременности. Следует конкретно различать и не путать: факты (данные), мнения (личностные предположения), информацию (аналитически обработанные данные).

Нужная информация, как правило, позволяет: ориентироваться в ситуации; четко планировать свои действия; отслеживать результативность проводимых акций; уклоняться от неожиданностей; манипулировать отдельными людьми и группировками.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.