

INTELIGÊNCIA DE MERCADO: TRANSFORMANDO AS OLIMPÍADAS EM NEGÓCIOS

Daniela Ramos Teixeira¹

RESUMO

Um dos grandes desafios das organizações hoje é a aplicabilidade assertiva das técnicas de análise e métodos utilizados em Inteligência de Mercado que possibilitem resultados eficazes alcançados pela média e alta gerência. O Método REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial) contribui com as empresas para a tomada de decisão nos negócios, pois traz mais de 30 (trinta) técnicas, métodos e ferramentas aplicáveis à Inteligência de Mercado, sendo estruturado em quatro eixos da Inteligência: mercado/concorrência; clientes; parceiros; produtos/serviços. Esse artigo tem como principal objetivo mostrar algumas técnicas e métodos com foco nas Olimpíadas de 2016 no Brasil, a saber: 1. Benchmarking, 2. Pesquisa, 3. Monitoramento e Análise das redes sociais, 4. Análises com foco em Gerenciamento de Crises, 5. Construção de Rede Integrada de Parcerias, 6. Mapeamento e Análise de Tecnologias e 7. Estruturação de Indicadores Chave de Performance (KPIs). O objetivo do presente artigo também é mostrar como os organizadores das Olimpíadas podem se beneficiar utilizando a Inteligência de Mercado para gerar negócios e tomar decisões assertivas. Faz parte do jogo: estruturar, gerenciar, acompanhar e medir os resultados, principalmente, na aplicabilidade da Inteligência de Mercado com foco nos Jogos Olímpicos. A Inteligência de Mercado faz toda a diferença nessa conquista.

Palavras-Chave: Brasil. Olimpíadas. Tecnologias. Inteligência de Mercado. Método REVIE.

¹ Daniela Ramos Teixeira. Diretora da REVIE Inteligência Empresarial. E-mail: dteixeira@revie.com.br

INTRODUÇÃO

Quando se fala em Olimpíadas no Brasil parece que falta muito tempo, principalmente, quando lembramos que a Copa do Mundo no Brasil começa em 2014. Mas a realidade é que, se pensarmos na tomada de decisão para transformar as Olimpíadas em negócios, já estamos atrasados se ainda não começamos a trabalhar a Inteligência de Mercado no nível tático (presente) e estratégico (futuro).

No artigo anterior², mostramos como a Inteligência de Mercado pode ser utilizada pelas empresas que objetivam negócios antes e durante a Copa de 2014 e Olimpíadas. No presente artigo, vamos mostrar o outro lado: como os organizadores das Olimpíadas podem se beneficiar utilizando a Inteligência de Mercado para gerar negócios e tomar decisões assertivas.

E já começo mostrando a aplicabilidade das técnicas de análise e métodos aplicáveis à Inteligência de Mercado nas Olimpíadas:

1 BENCHMARKING (MELHORES PRÁTICAS)

Há uma excelente oportunidade para o Brasil de aprender com os erros e acertos das Olimpíadas passadas: analisar o que foi feito nas Olimpíadas em outros países e mais, temos um grande laboratório ao vivo na cidade de Londres em 2012.

Para os profissionais de Inteligência de Mercado, uma visita a Londres durante as Olimpíadas é importante para melhor utilização e aplicabilidade da técnica de Benchmarking. Podemos elaborar uma análise comparativa, por exemplo, das ações utilizadas em Londres pelo comitê olímpico visando gerar negócios para a cidade e região e comparar com as ações de outros países que sediaram os jogos olímpicos. Como complemento, podemos analisar essas ações com o que será feito no Brasil.

Por outro lado, o profissional de Inteligência de Mercado deve analisar cuidadosamente os erros cometidos nas Olimpíadas anteriores. Um exemplo é Atenas, na Grécia, em 2004 com as altas despesas na manutenção de arenas esportivas. Nesse sentido, é

² Inteligência Competitiva: oportunidades com a Copa e os Jogos Olímpicos. Disponível em: <<http://www.revie.com.br/site-artigo?id=130>>. Acesso em:

essencial alinhar os projetos das cidades com os das Olimpíadas. A técnica de Benchmarking pode ser útil, também, para desenvolver um mapeamento de previsão de riscos.

Esse é um dos ‘segredos’ de Inteligência de Mercado: saber cruzar as técnicas de análise (Benchmarking e mapeamento no exemplo citado acima) para trazer soluções na tomada de decisão nos negócios.

O Método REVIE (Rede de Valor para Inteligência Empresarial)³ contribui com as empresas nesse sentido, pois traz mais de 30 (trinta) técnicas, métodos e ferramentas aplicáveis à Inteligência de Mercado e estruturado em quatro eixos da Inteligência:

1. mercado/concorrência;
2. clientes;
3. parceiros;
4. produtos/serviços.

2 PESQUISA

A Pesquisa é uma das principais ferramentas de Inteligência de Mercado para os decisores e organizadores das Olimpíadas.

Com a internet, a pesquisa on-line ganha forças e, num grande evento como esse e de repercussão mundial, um dos focos deveria ser a pesquisa de opinião pública. É necessário entender, por exemplo, se há diferenças de opiniões entre os brasileiros e os visitantes de outros países. E, nesse caso, a pesquisa ganha uma importante aliada: a segmentação, pois pode ser que para os brasileiros a condução e a organização do evento tenham sido excelentes, mas não, necessariamente, para os visitantes do Brasil ou para os visitantes de um grupo específico de países. A segmentação é que irá trazer essa visão e poderá agregar muito para o comitê organizador e para as futuras Olimpíadas, se o processo for bem conduzido.

Outro ponto a ressaltar é que a pesquisa poderá envolver ou não as redes sociais. Cabe aos organizadores decidir se o monitoramento das redes sociais será conduzido separadamente ou fará parte do projeto global de pesquisa.

Para concluir, temos alguns pontos importantes sobre a aplicabilidade da pesquisa e que resumo a seguir:

³ Método REVIE. Disponível em: <<http://www.revie.com.br/site-pagina?id=21>>.

1. Pesquisa on-line;
2. Pesquisa de opinião pública;
3. Segmentação
4. Monitoramento de redes sociais integrados ou não ao projeto de pesquisa global.

3 MONITORAMENTO E ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS

Independente de ser um trabalho integrado ou não ao projeto de pesquisa, o monitoramento e a análise das redes sociais são de grande importância e utilidade para acompanhar os elogios e as críticas e, também, facilitar e ganhar agilidade se for necessário neutralizar as críticas e gerenciar possíveis crises.

O monitoramento das redes sociais deverá ser diário, sendo importante o início de trabalho imediato, até mesmo para acompanhar a repercussão das Olimpíadas de Londres em 2012.

Interessante observar como as técnicas aplicáveis à Inteligência Competitiva se interagem: o monitoramento e análise das Redes Sociais podem contribuir com a técnica de Benchmarking numa análise comparativa entre Londres e Brasil.

4 ANÁLISES COM FOCO EM GERENCIAMENTO DE CRISES

Estar preparado para gerenciar alguma situação de crise é tarefa árdua, principalmente, num evento de repercussão mundial como os Jogos Olímpicos. Os profissionais de Inteligência de Mercado podem contribuir com os tomadores de decisão não apenas na coleta e na análise das informações, mas também na busca rápida por soluções de curto prazo. Para isso, é importante construir redes de inteligência de pessoas internas e externas à organização compostas por profissionais dos mais diversos níveis e setores; profissionais que podem ser acessados a qualquer momento numa situação de crise. É muito importante, também, cruzar informações quantitativas e qualitativas para produzir análises com foco em gerenciamento e neutralização de crises. E, nesse sentido, o acesso às redes de inteligência internas e externas faz a diferença.

5 CONSTRUÇÃO DE REDE INTEGRADA DE PARCERIAS

Como acabamos de falar da construção de redes de inteligência de pessoas, outro trabalho que Inteligência de Mercado pode desenvolver é a seleção de parcerias estratégicas. Nesse grupo, podemos englobar fornecedores, como empresas de pesquisa, e também os patrocinadores. Inteligência de mercado pode ajudar os tomadores de decisão a identificar e avaliar os parceiros estratégicos, considerando o posicionamento adotado de imagem de marca da Rio 2016.

Na construção de uma Rede Integrada de Parcerias, há que se incluir também as próprias áreas internas como Marketing, Comunicação e Comercial, pois, dependendo da ação identificada por Inteligência de Mercado, teremos um trabalho envolvendo duas ou mais áreas.

6 MAPEAMENTO E ANÁLISE DE TECNOLOGIAS

Há um vasto universo a ser explorado quando o assunto é tecnologias nas Olimpíadas. O trabalho de Inteligência de Mercado mapeia e direciona as melhores oportunidades para investimentos. Até 2016, teremos a tão esperada 4G, prevista para 2014 em algumas cidades que serão sedes da Copa, o que possibilitará altas taxas de transferência de dados, facilitando carregar e enviar os dados.

Pesquisas anteriores ao início do evento podem ser úteis para direcionar a análise do estudo de Inteligência de Mercado sobre os investimentos em tecnologias, o quanto investir e quais os melhores parceiros para os organizadores das Olimpíadas.

Nesse grupo, inclui também o comércio eletrônico. Jogos interativos em dispositivos móveis que simulem atividades de competição, sistemas que aprimorem as funcionalidades de um GPS (Global Positioning System) são algumas alternativas que podem ser estudadas pelos organizadores juntamente com parceiros para transformar as Olimpíadas numa arena não só de competição, mas de negócios em terras brasileiras.

7 ESTRUTURAÇÃO DE INDICADORES CHAVE DE PERFORMANCE (KPIs)

Faz parte do jogo: estruturar, gerenciar, acompanhar e medir os resultados, principalmente, na aplicabilidade da Inteligência de Mercado com foco nas Olimpíadas. Para

ganhar esse jogo, temos que associar os indicadores de ações, como as propostas nesse artigo, com as iniciativas estratégicas da Rio 2016 e dos seus KPIs (Key Performance Indicators) ou Indicadores Chave de Desempenho.

Os Jogos Olímpicos trazem inúmeras possibilidades de transformar o Brasil numa arena de negócios integrada em relações ganha-ganha. A Inteligência de Mercado faz toda a diferença nessa conquista. E rumo a 2016!

ABSTRACT

MARKET INTELLIGENCE: TRANSFORMING THE OLYMPICS IN BUSINESS

One of the major challenges facing organizations today is the applicability of assertive analysis, techniques and methods used in Market Intelligence to enable effective results achieved by middle and top management. The method Revie (Value Network for Corporate Intelligence) contributes to decision making in business and it brings more than 30 (thirty) techniques, methods and tools applicable to the Market Intelligence. These practices were divided in four Intelligence axes: market/competition, customers, partners, products /services. The main purpose of this paper is to show some techniques and methods focusing on the 2016 Olympics in Brazil, namely: 1. Benchmarking, 2. Research, 3. Monitoring and analysis of social networks, 4. Analysis focused on Crisis Management, 5. Construction of Integrated Network Partnerships, 6. Mapping and Analysis of Technologies and 7. Structure of Key Performance Indicators (KPIs). The purpose of this article is also to show how the organizers of the Olympics can benefit by using Market Intelligence to generate business and make assertive decisions. It is part of the game: to structure, manage, monitor and measure the results, especially the applicability of Market Intelligence focused on the Olympic Games. The Market Intelligence makes all the difference in this achievement.

Keywords: Brazil. Olympics. Technologies. Market Intelligence; Revie (Value Network for Corporate Intelligence) Method.

REFERÊNCIAS

PONTES, A. **Jogos no Rio**: depois de Copenhague, vem o desafio da organização, 2009. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/olimpiada-rio-2016>>. Acesso em : Acesso em: 20 jun. 2012

OFFICIAL website of Rio 2016 Olympic and Paralympic Games. News, photos, videos, information about sports and facilities, everything about the host city and much more. Disponível em: <<http://www.rio2016.com>>. Acesso em: 20 jun. 2012. [Notícias, fotos, vídeos e todas as informações sobre esportes e instalações].

TEIXEIRA, D. R. Rede de valor para inteligência empresarial. **Revista da ESPM**, v. 16, n 1, p. 80-90, jan./fev. 2009.