

Konkurrentovervågning på nettet

Konkurrencen er blevet hårdere. Vi har fået det indre europæiske marked, hvor selv mindre opgaver skal i EU udbud. På verdensplan er der forhandlet handelsliberaliseringer. Kommunismens sammenbrud har betydet at nye stater med veluddannet og billig arbejdskraft er trådt ind på arenaen. Det er ikke længere muligt at skelne klart mellem hjemmemarked og udenlandske markeder.

Informationsteknologi har gjort det billigt og effektivt at kommunikere globalt. Fragtpriserne er lave. Fælles standarder har gjort det lettere at handle "World Wide". I begyndelsen af 90'erne skrev Economist, at hvis virksomhederne skulle overleve var kravet "Go Global". Ordet hyperkonkurrence er blevet anvendt til at beskrive den nye situation.

I dag bør selv mindre virksomheder afsætte ressourcer til at overvåge aktuelle og potentielle konkurrenter.

Hvad er konkurrentovervågning?

Helt overordnet lokaliseres konkurrenterne. Hvem er de? Ledelse og bestyrelse? Etik, værdigrundlag, images, mission og strategi? Beskrivelse af konkurrenternes produkter, produktion, fremstillingsteknologi, salg, service, markedsføring, økonomi og omtale. Der findes mange typer af informationskilder(1).

Konkurrentovervågning er en naturlig ting. Det har intet med spionage at gøre. Konkurrentovervågning skaber gennemskuelse og effektivitet. Dermed bedre og billigere varer og tjenester.

Netovervågning

Der er mange måder hvorpå virksomheden kan indhente informationer. Nedenfor antydes metoder som benytter Internettet.

De fleste virksomheder har en hjemmeside. Her findes ofte interessante informationer. Mange virksomheder har ligefrem en særlig side med seneste nyheder. Her omtales nye produkter, teknologier, ordrer osv. Måske tilbyder virksomheden et nyhedsbrev. Det bør man modtage. Sandsynligvis afslører man sin identitet ved at opgive sin e-mailadresse. Derfor oprettes en anonym adresse.

Alle virksomheder bør have et program til at overvåge, hvem der besøger virksomhedens hjemmeside. Som et minimum afsløres surferens domæne og IP-adresse. Ved at søge i databaser vil man i mange tilfælde kunne se, hvilken organisation surferen kommer fra.

Overvågningsprogrammet bør også vise, hvilke sider surferen besøger, i hvor lang tid, tidspunkt på døgnet, tidszone og hvordan surferen har fundet hjemmesiden. Denne viden er uvurderlig. Man kan se om virksomhedens hjemmeside virker. Om en reklamekampagne får folk til at besøge siden. Om virksomheden er synlig nok på nettet og om ens konkurrenter følger med!

Når der surfes på konkurrenternes hjemmesider afsættes der således spor. Der findes forskellige metoder til at undgå dette.

Det er et problem dagligt at skulle tjekke konkurrenternes hjemmesider for nyheder. Et lille program gør det automatisk. Hvis der er sket ændringer gives et signal og informationer om ændringerne. Man kan selv definere ord som ønskes overvåget. Når et bestemt produkt eller teknologi nævnes på konkurrenternes hjemmesider gives der besked. Der findes andre systemer som sender en e-mail ved ændringer.

Man kan nedtage konkurrenternes hjemmesider til nærmere analyse. Et program kopierer både logoer, billeder, tekst og links. Kør konkurrenternes hjemmesider igennem tests og sammenlign med virksomhedens egen side.

Det er interessant at undersøge hvor synlig konkurrenterne er på nettet. Prøv at foretage nogle søgninger på konkurrenternes navne og produkter/services i kataloger og søgemaskiner. I den forbindelse er det vigtigt at ens egne hjemmesider er konstrueret sådan at de er synlige for søgemaskinerne. Man taler f.eks. om "Meta Tags" der skal indeholde gode søgeord.

Der findes steder på nettet hvor man kan undersøge hvor synlig virksomheden er. Det er vigtigt at virksomhedens hjemmeside er tilmeldt de forskellige kataloger og søgemaskiner. At kategorien i et katalog er den rigtige og at søgeordene er valgte.

Hvem har linket til virksomhedens og konkurrenternes hjemmesider? Ofte kan søgemaskinerne svare på spørgsmålet. En anden mulighed er at besøge en service som viser hvem der linker. Er konkurrenterne optaget i vigtige onlinekataloger som virksomheden har overset?

Der findes over 20.000 nyhedsgrupper på Internettet. Her diskuterer lægfolk og eksperter alt mellem himmel og jord. Det er muligt at undersøge om konkurrenterne og deres produkter omtales.

Nyhedsovervågning

Tidligere var det normalt at virksomheder tegnede et abonnement hos et udklipningsbureau. I dag findes der elektroniske tjenester. Nogle er gratis og kvaliteten er svingende.

Polinfo kan anbefales. Mod betaling kan virksomheden få adgang til en række avis-, tidsskriftsarkiver og nyhedstjenester samt Købmandsstanden. Artiklerne er indekseret med emneord og brugergrænsefladen er overskuelig. Det er også muligt at få adgang til udenlandske tjenester. Hos Købmandsstanden fås oplysninger om virksomheders adresser, bestyrelsers sammensætninger og en kreditvurdering. Berlinske Avisdata, Børsen, Kompass, Det Centrale Virksomhedsregister og RKI Kreditinformation tilbyder også gode services.

Polinfo har en artikelservice. Her kan virksomheden over nettet indtaste hvilke ord der skal overvåges i f.eks. Børsens Nyhedsmagasin, Jyllands-Posten, Politiken, Ritzau 24 timer, Reuter Finans 24 timer, Ingeniøren og Dagens Medicin. Når en relevant artikel findes, sendes den som e-mail. Af andre professionelle tjenester kan nævnes Infopaq.

I dag har man via nettet adgang til Artikelbasen. Her kan man se om der er skrevet noget om konkurrenterne og deres produkter i stort set alle danske tidsskrifter og aviser. Artiklerne kan ikke læses i fuldt tekst. De kan bestilles over nettet.

Der er aviser som mere eller mindre gratis giver adgang til deres arkiver. Ofte er der tale om artikler der er bragt i deres internetaviser. De er forskellige fra deres trykte aviser. Hvis virksomheden abonnerer på trykte aviser vil man sandsynligvis have adgang til en del af avisernes arkiver.

Agenter

Der findes nyhedsagenter som med fordel kan anvendes af erhvervslivet. En sporhund sender en e-mail når f.eks. konkurrenterne eller et særlig produkt omtales. En avis har lanceret en agent som overvåger netavisen for de ord man har defineret. Hvis der står noget om konkurrenterne i netavisen giver programmet besked. Mange portaler på nettet har gjort det muligt at opsætte personlige nyhedssider (personalisering). Hvis konkurrenterne er noteret på børsen kan man få en aktie- og nyhedsovervågning. Det er også muligt at søge efter nyheder fra søgemaskiner og kataloger. Naturligvis findes der en række udenlandske muligheder.

Branche- og markedsovervågning

De fleste brancheorganisationer har en hjemmeside. Et samarbejde mellem landets handelshøjskoler har resulteret i en portal med erhvervsstof. Her har forskningsbibliotekarer kvalitetsvurderet ressourcerne. Handelsskolerne har en god vejviser på nettet. Der findes kommunale biblioteker som har flotte erhvervsportaler og nyhedsbreve. I dag er det muligt at spørge bibliotekarer direkte over nettet. Endelig findes der mange nyhedslistes med værdifuld information.

Når virksomheden søger efter statistik og nøgletal bør man være klar over de mange muligheder på nettet. Slut undersøgelsen af med at se konkurrenterne fra luften. Besøg et adressekatalog og find en virksomheds adresse. Indtast adressen og et luftfoto viser virksomheden.

Aldrig har der været så mange muligheder for at følge med i markeder og hvad konkurrenterne foretager sig. Det er bare at gå i gang.

Dato: Marts 2002.

Copyright Peter Gorm Larsen

Send gerne artiklen til en ven eller en forretningsforbindelse.

Note:

- 1) Se overskuelige værktøjer udarbejdet af Akademiingeniør Keld Vestergaard, KV Consult www.kvconsult.dk