



CompuStream

COMPUSTREAM CONSULTORIA LTDA.

Como enfrentar a concorrência e tornar sua organização mais lucrativa

Maximilian Immo Orm Gorissen





Com a recente explosão de projetos de compra e venda de produtos na internet, provocada por empresas puramente pontocom e por organizações tradicionais interessadas em estender suas vendas ao âmbito virtual, criou-se à necessidade de uma nova modalidade de venda, relacionamento e comunicação com os clientes: os websites e portais de comércio eletrônico.

Com isso em mente, várias idéias, modelos e padrões conceituais estão sendo discutidos e testados na tentativa de estabelecer a maneira ideal para se realizar negócios numa economia em plena fase de amadurecimento e descobertas. Por este motivo, websites e portais extremamente criativos são desenvolvidos com a finalidade de conquistar a fidelidade de um cliente invisível, num mercado indefinido e denominado como altamente competitivo.

Contudo, mesmo em um ambiente com tantas incertezas o que se verifica é que o comércio eletrônico não somente estabeleceu um novo meio de se vender produtos e serviços, mas também, redefiniu os processos administrativos e a cultura das corporações.

O novo conceito de “a qualquer hora, em qualquer lugar” questiona as estruturas, os processos e as relações empregadas atualmente pelas empresas na busca de métodos inovadores de se realizar negócios.

Entretanto, existe o perigo de que estas inovações, se não forem analisadas e implementadas com o devido cuidado, não alcançarão os resultados esperados.

Portanto, estes novos conceitos devem ser estudados, integrados e aplicados, para que escolhas complexas e decisivas não prejudiquem o futuro e o sucesso das organizações.

Empresas de sucesso, invariavelmente, são aquelas que sabem investir e administrar seus recursos. Estas são guiadas por uma visão específica do futuro e uma avaliação realista de sua capacidade para realizá-la. Muitas vezes não só se baseiam em





cuidadosa análise, mas também em julgamento, convicção e intuição para definir e manter uma vantagem competitiva sustentável.

E, hoje vivenciamos uma nova realidade no ambiente competitivo, realidade esta que atesta que a concorrência não é mais somente entre produtos e serviços e sim entre conceitos de negócio.

Para sobreviver a esta realidade, novos conceitos de negócio devem ser analisados e avaliados, tendo como base um processo, processo este que denominamos de Formulação Estratégica.

Formulação Estratégica é debater, testar e questionar constantemente seu negócio, seus produtos e mercados; é fazer escolhas difíceis, mas analisadas e implementar soluções com o compromisso de quem está envolvido. Basicamente ela é composta por:

1. Uma Vantagem Competitiva sustentável: estratégia é fundamentalmente o estabelecimento e a manutenção de uma vantagem competitiva dentro de um produto e/ ou um mercado atendido pela empresa. Sem a devida identificação desta vantagem competitiva, a empresa fica à mercê da sorte e da oportunidade, sem dominar o devido controle do seu rumo.

2. Um Modelo de Concorrência: uma nova estrutura competitiva necessita de modelos que devem ser analisados para compor a abordagem de mercado a ser adotada. A concorrência em cada indústria ou mercado tem aumentado de forma exponencial nos últimos anos, fazendo que sua análise detalhada seja fundamental para a manutenção de antigos e novos clientes.

Analisar concorrentes não é uma tarefa fácil, devendo ser estruturada e contínua, levando em conta a seguinte Análise Competitiva:





- a. **Identificação dos concorrentes atuais e futuros:** a concorrência pode ser aquela já conhecida (atuais concorrentes diretos) ou desconhecida (concorrentes potenciais, concorrentes indiretos, produtos/ serviços substitutivos, fornecedores ou clientes que poderão torna-se concorrentes).
- b. **Análise detalhada de cada concorrente:** não basta saber quem são; para sobreviver no mercado é necessário entendê-los. Deve-se saber sua estratégia atual e a passada, seu desempenho, seus objetivos, suas inovações, sua organização interna, sua estrutura de custo, seus sucessos e fracassos e principalmente seus pontos fortes e vulnerabilidades.
- c. **Estabelecimento da importância de um determinado mercado para um concorrente:** Entender o nível de compromisso e o volume de investimento de um concorrente em um determinado mercado dará uma idéia do que a empresa irá enfrentar.
- d. **Previsão das mudanças prováveis na estratégia futura dos concorrentes:** a profunda análise das informações levantadas de cada concorrente permite o desenvolvimento de possíveis cenários competitivos. Estes cenários servem de base para avaliar diferentes estratégias de negócio e verificar suas implicações no mercado e na empresa.

3. Produtos e mercados nos quais o negócio irá competir: o escopo de um negócio é definido pelos produtos que a empresa fornece e decide não fornecer e pelos mercados que ela procura atender e decide não atender. Na era da internet é de fundamental importância a clara segmentação do mercado com base na atitude e motivação do cliente em relação à tecnologia e a capacidade deste para utilizar ou possuir a tecnologia. A clara definição destes limites evita investimentos equivocados.





4. Nível de investimento necessário: apesar de existirem variações, basicamente a empresa investe para crescer, investe para manter a posição atual ou reduz investimentos para diminuir ou mudar o negócio (o que requer novos investimentos). A clara definição do nível de investimento ajuda a estabelecer parâmetros para a estratégia futura.

5. Estabelecimento das capacidades, dos ativos e dos recursos necessários: a definição destes formam a base para o desenvolvimento ou a manutenção de uma vantagem competitiva. E, dependendo da estratégia escolhida, as capacidades, os ativos e os recursos mudam devendo a organização, dentro de uma programação definida, adequar-se à nova necessidade.

Estes são apenas alguns conceitos, descritos de forma genérica que devem ser explorados para tornar sua organização mais lucrativa e para enfrentar a concorrência na nova economia digital.

Contudo, apenas a clara definição da direção do negócio não garante o seu sucesso.

Por este motivo, se sua empresa está pensando em explorar novas formas de competir em um mercado transformado pela tecnologia, entre em contato com o Sr. Maximilian Gorissen, um consultor com o perfil voltado principalmente à consultoria e assessoria em Formulação Estratégica e ao desenvolvimento de novos negócios.

Copyright © 2001 by CompuStream Consultoria Ltda. All Rights Reserved.
Permitida a reprodução desde que indicada à fonte.





A respeito do Autor

Norte Americano, estudou nos Estados Unidos, na Argentina e no Brasil. É fluente nos idiomas Inglês, Espanhol e Português.

Graduado em Administração de Empresas possui especialização em Planejamento Estratégico em Princeton, USA.

Sua experiência profissional inclui:

- Cinco anos na área de Tecnologia da Informação (TI) tendo trabalhado para uma das mais destacadas empresas brasileiras de informática na análise, desenvolvimento e implementação de sistemas.
- Doze anos de experiência em consultoria de empresas tendo trabalhado a maior parte deste período em uma empresa de consultoria internacional sediada nos Estados Unidos e com uma Joint-Venture no Brasil. Atuando como Consultor no campo da Formulação Estratégica, desenvolveu a Estratégia de algumas das maiores empresas brasileiras e internacionais instaladas no Brasil.
- Três anos no cargo de Presidente de uma empresa multinacional Italiana com operações na Europa, Estados Unidos e América Latina onde iniciou e desenvolveu as atividades da empresa no Brasil. Finalizado seu trabalho de "Turn-Key" em Dezembro de 1999, passou o comando e retirou-se da empresa.
- Desde então, capitalizando em seu extensivo envolvimento e experiência em Formulação Estratégica desenvolve sua consultoria de forma pessoal, ajudando seus clientes, nacionais e internacionais, a explorar novas formas de competir em um mercado transformado pela tecnologia.
- Fundador e Presidente da CompuStream Consultoria, combina Formulação Estratégica com Tecnologia da Informação na criação de inovadoras estratégias de negócio para a era digital. Esta, através de seu compromisso de aprimoramento constante, tornou-se um modelo de excelência em consultoria de estratégia digital. Sediada em São Paulo, atende clientes nacionais e internacionais.

Entre em contato conosco e saiba mais como podemos ajudá-lo!

CompuStream@CompuStream.com.br

Tel: 11-5096-2704

