

ÖRNEK VAKA (İSTİHBARAT TAKİBİ)

Az Sayıda Güçlü Rakibin Karşısında Mücadele Eden Bir Hizmet Şirketinin Hikayesi: ABC¹ A.Ş. ile tanışın.

- ABC AŞ, Türkiye'de az sayıda şirketin doygunluğa ulaşmış bir pazarda rekabet etmek zorunda olduğu, profesyonel hizmetler sektöründe faaliyet gösteren bir şirkettir. Müşterileri çoğunlukla Türkiye'nin en önde gelen sanayi ve ticaret işletmeleridir.
- ABC AŞ, yeni müşteriler kazanmak için rakipleri ve onların müşterilerini de yakından izleyerek potansiyel müşterileri için sürekli hizmet ve değer önerisi geliştirmek zorundaydı.
- Yasal zorunluluklardan ötürü belli periyotlarda devretmek zorunda oldukları kendi müşterilerini bir sonraki turda yeniden kazanabilmek için yıllar boyu eski müşteri takibi ve ilişki geliştirmeye efor harcamaları gerekiyordu.
- Şeffaf piyasa verisine ulaşabilecek bir kanal bulunmadığından, pazar payı takibi yapabilmek için bir kaç kişilik ekipler çalıştırarak KAP gibi kamu kurumlarını, şirket duyurularını ve haberleri düzenli olarak tarıyor ve analiz ediyordu.
- Şirketin rakiplerindeki gelişmelerden haberdar olma yolu temelde "piyasa dedikodusu"na dayanıyordu.

İhtiyaç Tespiti ve Çözüm Önerisi

Medya Takip Merkezi, ABC A.Ş. ile şirketin çalıştığı medya ve PR ajansının haber izleme talebi üzerine tanıştı. Ajans, PR eforlarının sonuçlarını daha iyi izleyebilmek ve raporlayabilmek için ABC A.Ş. şirketi ve üst düzey yöneticilerinin isimlerinin izlenmesini talep etmişti. Medya Takip Merkezi'ndeki hesap yöneticileri ajansın talebini kapsamaya ek olarak, ABC A.Ş. pazarlama yöneticilerine daha katma değerli bir çözüm sundu: ABC A.Ş.'nin rekabet istihbaratı bültenini hazırlamak!





¹ Ticarete hassas bilgileri gizleyebilmek için şirket adı gizlenmiştir.

ABC A.Ş. Rekabet İstihbaratı Bülteni






MTM, şirket için 2 ayrı Rekabet İstihbaratı Bülteni hazırladı. İlk bülten günlük olarak gönderilmekte ve rakiplerin aktivitelerine odaklanmaktaydı. İkincisi aylık olarak yönetici özeti şeklinde hazırlanan bir rapordur. Her iki çalışmada tüm rakiplerin ve hedeflenen 100 büyük şirketin websiteleri, tüm düzenleyici ve denetleyici kuruluşların bültenleri, rakiplerin ve 100 hedef şirketin sosyal medya hesapları, 300'den fazla kaliteli haber sitesi, 70'ten fazla yazılı basın kaynağı, 10'dan fazla radyo ile 150den fazla Youtube kanalı sürekli dinlenerek, ilgilenilen terim ve konular çerçevesindeki veriler düzenli olarak süzüldü. Daha sonra bu veriler akıllı yazılımlar tarafından enformasyona, gerçek editörler tarafından ise bilgiye dönüştürüldü. Bu bilgi aşağıdaki başlıklar halinde ABC A.Ş.'ye sunulmaya başlandı:

1. GÜNLÜK BÜLTEN

i. Rakiplerden Haberler





-  Yeni Müşteri Duyuruları
-  Etkinlik Planları
-  Terfi- İş Değişikliği Haberleri
-  3. Parti İşbirlikleri/Birleşme/Satın Alma Haberleri
-  Üst Düzey Yönetici Aktiviteleri Yansımaları (Basın Sözcülüğü, Makale vb)

ii. Hedef 100 Şirketten Haberler

-  Yeni Yatırım Duyuruları
-  Etkinlik Planları
-  Terfi- İş Değişikliği Haberleri
-  3. Parti İşbirlikleri/Birleşme/Satın Alma Haberleri
-  Üst Düzey Yönetici Aktiviteleri Yansımaları (Basın Sözcülüğü, Makale vb)





2. AYLIK YÖNETİCİ ÖZETİ

i. Rakiplerden Öne Çıkan Haberler

-  Yeni Müşteri Duyuruları
-  Etkinlik Planları
-  Terfi- İş Değişikliği Haberleri
-  3. Parti İşbirlikleri/Birleşme/Satın Alma Haberleri

ii. ABC A.Ş. Basın Yansımaları

ii. Hedef 100 Şirketten Öne Çıkan Haberler

-  Yeni Yatırım Duyuruları
-  Etkinlik Planları
-  Terfi- İş Değişikliği Haberleri
-  3. Parti İşbirlikleri/Birleşme/Satın Alma Haberleri

ii. Yılbaşından Bugüne Stratejik Olaylar

Elde Edilen Fayda

ABC A.Ş.'de tanımlı kişilere günlük gönderilen "Rekabet İstihbaratı Bülteni"nde ilk 3 ay boyunca mail açılma oranı %55'in üzerinde seyretti. 4. Aydan itibaren, bültende yer alan haberleri bir trend ekseninde yorumlayabilmek için şirkette "Rekabet İstihbaratı Toplantıları" yapılmaya başlandı. Daha önce haber taraması ve pazar analizi yapmak için vakit ayıran pazarlama uzmanları, bu vakitlerini tüm üst düzey yöneticilerin katıldığı rekabet istihbaratı toplantılarını düzenlemeye ve yönetmeye ayırmaya başladılar. Aylık bülten şirket Yönetim Kurulu'nun toplantı ajandalarına daimi ajanda başlığı olarak girdi. Kurumsal iletişim ekibi, takip edilen 100 hedef şirketteki üst düzey atama ve terfilere yönelik kişiselleştirilmiş çiçek ve kart gönderme uygulamasını başlattı.

Şirket, 28 yıllık geçmişinden bu yana ilk defa Türkiye'de bankacılık sektöründeki pazar payını en az iki ayı hizmet nezdinde çıkarmaya başladı. Bu pazar payı analizini otomotiv ve havacılık sektörleri için yapmayı planlıyor.

İSTİHBARAT YÖNETİMİ TAKİP VE RAPORLAMA HİZMETLERİ



İST - PROFESSIONAL

İşinizi konumlandığınız yeri iyi bilmek, içinde yer aldığınız pazarı tanımak, sektörünüz ve rekabetten kapsamlı bilgi sahibi olmak, risk faktörlerini belirlemek ve ihtiyaçları daha kolay tespit etmek üzere yapılan takip ve raporlama paketidir.



İST - PREMIUM

Markanızı bulunduğu sektör ve piyasa koşulları içerisinde değerlendirmek pazardaki rekabeti iyi anlamak, takip etmek ve değerlendirmek, şirketinizi konumlandıracağınız yeri daha iyi bilmenize yardımcı olur.



İST - 360

Birden fazla sektörde faaliyet gösteren işletmeler için med-ya'yı 360 derece takip eden tam kapsamlı takip paketidir.

Size özel çözümlerimizi için mtm@medyatakkip.com adresinden bize ulaşın.