

# SEGURANÇA 4.0

## Análise de Concorrência

A vantagem competitiva



MONSTROS<sup>IA</sup> CIA.

# ÍNDICE

Contextualização	3
O conceito de <i>Benchmarking</i>	7
Como definir concorrentes	8
A importância e as vantagens da análise concorrential	10
Na prática	11
Exemplificando	12
A reter	14



# CONTEXTUALIZAÇÃO

O presente ebook constitui uma ferramenta holística e transversal para a criação e para o desenvolvimento de uma análise concorrencial aplicada às mais variadas empresas. Destinado às PME que constituem o setor da Segurança, este guião pretende apresentar conceitos fulcrais para uma atuação inovadora, que potencie a competitividade da sua empresa.

Depois de explorada a Análise SWOT, identificada como uma análise interna, importa, também, estudar a vertente externa à sua empresa. Espelhada pela análise da concorrência, a análise externa revela-se fundamental, uma vez que o mercado e os ambientes envolventes à sua área de atuação influenciam de forma direta ou indireta o seu desempenho.

O tema “Análise de Concorrência” é uma das metodologias base para o desenvolvimento e implementação de estratégias a aplicar, ao possibilitar a comparação de processos internos e reconhecer os pontos que precisam de ser aprimorados. Com base nas informações recolhidas, é viável perceber atributos, valências, defeitos ou défices comparativos, de modo a melhorar as suas estratégias e o **relacionamento com o seu público-alvo.**

**Um relatório de análise de concorrência passa por descrever os pontos fortes e pontos fracos dos seus concorrentes quando comparados com os da sua própria empresa.**

**Normalmente, para um relatório de análise de concorrência é necessário:**

- Caracterizar a empresa, a sua experiência e atuação;
- Descrever o público-alvo da empresa;
- Detalhes sobre as características do produto ou serviço;
- Analisar detalhadamente a participação e quota no mercado;
- Pesquisar o poder da marca: notoriedade, imagem, diferenciação;
- Comparar preços;
- Descrever as percepções dos clientes.



A análise de concorrência nada mais é do que um estudo acerca do que as empresas “adversárias” oferecem ao público, como fazem a sua gestão e como são percebidas e posicionadas na mente dos consumidores. Nesta análise é fundamental incluir a estratégia utilizada pelos concorrentes, os recursos detidos pela empresa e a sua capacidade de reação.

### **Permitindo assim:**

- Melhorar as tomadas de decisão com base em boas práticas;
- Implementar ações inovadoras e competitivas;
- Identificar riscos e oportunidades capazes de prejudicar ou impulsionar a atuação do negócio.

# O CONCEITO DE *BENCHMARKING*

*Benchmarking* é o processo de medir, avaliar e comparar continuamente processos empresariais de uma organização ou empresa concorrente, com o objetivo de obter informações mais concretas, que auxiliam na melhoria do desempenho do próprio negócio.

Esta ferramenta não se trata apenas de reconhecer e adaptar ideias e processos, mas sim de um esforço permanente para identificar boas práticas, recolher dados e informações e melhorar de forma contínua o posicionamento dos produtos ou serviços comercializados, tendo por base referências inovadoras, irreverentes, adaptáveis e eficazes.

## **Porque é que é tão importante?**

Para assegurar que a sua empresa é, de uma vasta panóplia, a que oferece a melhor solução e/ou as melhores condições.

Permite compreender, com maior precisão, como empresas enfrentam crises e rentabilizam oportunidades, possibilitando o conhecimento de melhores práticas e como poderá ser possível adaptá-las aos processos da sua empresa.

# COMO DEFINIR OS CONCORRENTES

Definir os concorrentes poderá ser uma tarefa difícil, mas assume-se como determinante. O espaço concorrencial de um produto, serviço ou marca poderá ser identificado através de 3 níveis:

Interprodutos	definidos através da oferta semelhante de produtos ou serviços;
Intersegmentos	definidos através dos produtos ou serviços que pertencem ao mesmo segmento de mercado;
Genérica	definidos através da identificação do setor.

**Pode, ainda, identificar-se duas tipologias de definição de concorrência, sendo elas:**

- **Concorrentes diretos:**

organizações que oferecem a mesma linha de produtos e serviços e que têm o mesmo público-alvo, ou seja, os mesmos consumidores, na mesma área de atuação.

- **Concorrentes indiretos:**

empresas que apesar de operarem na mesma área, diferenciam os produtos e serviços que oferecem, dirigindo-os, por vezes, a públicos-alvo distintos.

# A IMPORTÂNCIA E AS VANTAGENS DA ANÁLISE CONCORRENCIAL

- Encontrar práticas de sucesso de empresas com experiência e conhecimento;
- Conhecer novas tendências;
- Percecionar investimentos futuros;
- Criar um plano para desenvolver estratégias e ações mais competitivas;
- Melhorar o conhecimento que a organização tem de si mesma;
- Aprimorar processos, valências e práticas empresariais;
- Conhecer melhor o mercado.

# NA PRÁTICA

**Uma análise concorrencial deverá responder a perguntas como:**

- Quem são os meus concorrentes?
- Quais os produtos e/ou serviços que vendem?
- Qual é a quota de mercado de cada concorrente?
- Que estratégias são implementadas?
- Quais as suas estratégias atuais de sucesso?
- Que meios são usados para comunicar, comercializar e promover?
- Quais são os pontos fortes e fracos de cada concorrente?\*
- Quais são as ameaças que os concorrentes apresentam?\*
- Qual o potencial de oportunidades que eles oferecem?\*

\*As definições de ponto forte, fraco, ameaça e oportunidade encontram-se disponíveis no *Ebook* referente à análise SWOT. São definições que auxiliam nos processos de recolha de informação a nível interno e externo.

# EXEMPLIFICANDO

No contexto em que se inserem as empresas associadas ao setor XYZ podemos destacar 2 concorrentes diretos:

- A PME X
- A PME Y

Numa ótica de benchmarking, é possível destacar-se as seguintes boas práticas realizadas por estas organizações:

- Práticas ativas na área do *marketing* digital;
- Ações de *marketing* de patrocínio;
- Campanhas para clientes;
- Aposta em estratégias de comunicação eficaz e direcionada;
- Promoção e dinamização de formação especializada;
- Associação a parcerias estratégicas;
- Dinamização de revistas e *ebooks* informativos;
- Aposta em plataformas digitais e redes sociais;
- Divulgação de notícias e projetos;
- Inserção de loja online associada ao *website*.

O aproveitamento, a rentabilização e o investimento nestas áreas e nestas potencialidades torna as organizações X e Y, empresas de destaque nos seus ramos de atuação.

A aposta nas áreas do *Marketing* e da Comunicação são pilares fulcrais para a divulgação de projetos, para a partilha de informação e para a criação e disseminação de conteúdos.

O aproveitamento destas valências e a dinamização de eventos, suportes e materiais faz com que as organizações X e Y se destaquem da concorrência.

A aquisição de um posicionamento estratégico no mercado e na mente dos *stakeholders* foram, de certo, adquiridos através deste investimento frequente e constante.

A análise da concorrência permite, precisamente, obter informações credíveis e concretas sobre quem são os concorrentes e quais as boas práticas que praticam e que podem ser aproveitadas, adaptadas e rentabilizadas.

# A RETER

## Benchmarking

é uma expressão derivada da palavra *benchmark*, que em português significa referência. É uma análise aprofundada das empresas que são referências no mercado, visando a otimização dos resultados de um negócio ou marca.

Ao fazer uma análise da concorrência, utilizando práticas, informações e ações recolhidas através do *benchmarking*, poderá perceber como está posicionada no mercado em comparação com outras empresas.

Esta estratégia permite a identificação de aspetos em que o seu negócio se destaca, em comparação com os concorrentes, e aquilo que é necessário aprimorar para melhorar o desempenho e conquistar mais clientes.

**Benchmarking**  
**= Análise de concorrência**  
**= COMPETITIVIDADE**

# FICHA TÉCNICA

**Título:**

Análise da Concorrência: A Vantagem Competitiva

**Projeto POCI-02-0853-FEDER-046624:**

Segurança 4.0

**Autor:**

Monsters and Company - Soluções de Comunicação, Lda

**Suporte:**

Eletrónico

**Formato:**

PDF / PDF/A

**ISBN:**

978-989-35193-1-8

# SEGURANÇA 4.0



Contribuiu para:

