



## Inteligência Empresarial: muito além do BI

\* Daniela Ramos Teixeira

No cenário hipercompetitivo do ambiente empresarial, as táticas de guerrilha ganham projeção e seguidores cada vez mais fiéis. Dentre as técnicas para vencer a batalha predominam respostas rápidas ao mercado, parceiras estratégicas, grande conhecimento dos clientes, investimentos na mídia não-convencional e ações que surpreendam o cliente e também o concorrente.

Há 50 anos, no surgimento do Marketing, já se falava em satisfazer as necessidades dos clientes; a partir da década de 90, exceder as expectativas dos clientes e encantá-los passou a ser o foco. Mais recentemente, gurus de MKT e Estratégia levantam a bandeira para a importância das empresas em 'criar as necessidades' nos clientes, desenvolvendo produtos/serviços que, além de competitivos, devem ser inovadores.

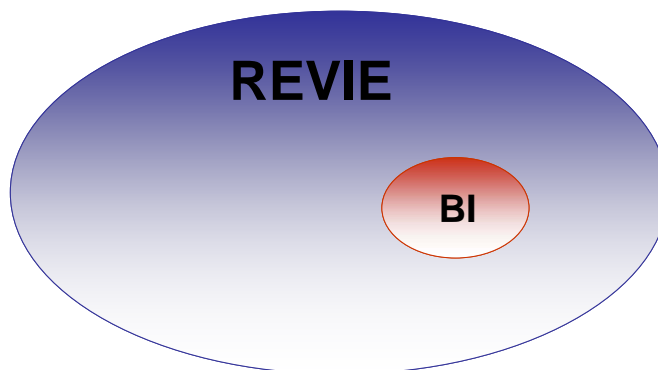
Para que as empresas alcancem seus objetivos e saiam vitoriosas do campo de batalha diário, a proposta dessa abordagem é que seja trabalhada e desenvolvida uma '**Rede de Valor para Inteligência Empresarial**' com foco:

- no mercado/concorrência;
- nos produtos/serviços;
- nos clientes e
- nas parcerias estratégicas.

Não é novidade que a Inteligência é Multi: multi-facetada, multi-áreas e multi-informação. Entretanto, a Inteligência Empresarial vai muito além das ferramentas de *Business Intelligence*, podendo até mesmo sobreviver sem elas.

### FIGURA 1

#### A Dimensão da REVIE



REVIE – Rede de Valor para Inteligência Empresarial  
BI – Business Intelligence



A **Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE)** é uma rede formada pela empresa, clientes e parceiros estratégicos (fornecedores, distribuidores, provedores de serviços) com o objetivo não só de reunir a informação e integrar os dados, mas de criar e partilhar o conhecimento de forma colaborativa para que os ganhos e resultados sejam maximizados.

FIGURA 2



Por ser uma **Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE)**, a colaboração é uma das principais características dessa rede. Colaboração não apenas intra-empresarial, mas envolvendo desde clientes a parceiros/fornecedores. Esta é a principal diferença entre a REVIE e o *Business Intelligence* (Inteligência de Negócios).

O conhecimento e a colaboração são a base da **Rede de Valor para Inteligência Empresarial (REVIE)**. A inovação e a criação de valor (para os clientes, empresa e acionistas) – os resultados.

É uma relação *win-win* em que a empresa e os parceiros estratégicos ganham vantagem competitiva, agregam maior valor ao negócio e inovam com resultados eficientes. Já os clientes, contribuem e interagem com a empresa, de maneira eficiente, quer seja na concepção ou no desenvolvimento das soluções ou mesmo na fase do pós-lançamento, tendo vantagens como agilidade no lançamento dos produto/serviço e soluções mais personalizadas.

É importante que a empresa agrupe os parceiros estratégicos e diferencie esse grupo dos demais parceiros que podem contribuir e fazer parte da rede, mas não no nível de interação dos parceiros estratégicos.



As áreas de negócio das empresas devem liderar a “rede de inteligência” com apoio das áreas técnicas de *Business Intelligence/Datawarehousing* e Tecnologia.

A hipercompetição já domina o campo de batalha juntamente com produtos similares, clientes cada vez mais exigentes e menos fiéis. Dentre as ações estratégicas, ganham importância a Web 2.0, *customer experience* dentre outros.

Empresas – deixem as armas convencionais de lado!

As táticas de guerrilha aliadas à construção de uma **Rede de Valor para Inteligência Empresarial** criam ângulos competitivos com inovação e resultados.



### **Daniela Ramos Teixeira**

e-mail: [daniela\\_teixeira@consultant.com](mailto:daniela_teixeira@consultant.com)      [www.linkedin.com/in/dteixeira](http://www.linkedin.com/in/dteixeira)

**Daniela Ramos Teixeira** é consultora e palestrante nas áreas de Estratégia, Desenvolvimento de Negócios e Inteligência Empresarial.

Especialista em Marketing e Negócios pela Universidade da Califórnia, Santa Barbara (UCSB-EUA) com graduação em propaganda e MKT pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing).

Autora de artigos publicados na mídia especializada e em congressos (CLADEA Am. Latina e KM Brasil), é colaboradora do Grupo Treinar e atuou como palestrante em treinamentos e eventos de Gestão do Conhecimento, MKT e TI para empresas e instituições como: IBM, SUCESU-SP, SENAC e SBGC.

Com grande experiência em estratégia, desenvolvimento de negócios e inteligência empresarial, trabalhou para empresas como: IBM, Grupo ACCOR, SOFTEX (Sociedade Brasileira para Promoção da Exportação de Software), Koerich Telecom, Edge Group Consultoria Estratégica de Negócios e Portal de Recursos Humanos Horizontenet.

No exterior: Merrill Lynch e Davies Communications.

Artigos escritos pela consultora publicados em: <http://dramos-teixeira.blogspot.com>