



## 1. Zer da Adimen lehiakorra?

### 1.2 Zergatik egin ALa? Onurak

## 1. Sarrera

Negoioaren lehiakideen inguruneari buruzko informazioa edukitzea eta modu eraginkorrean kudeatzea funtsezko baldintzak dira merkatuen aldaketetatik bizirik ateratzeko, merkatuak gero eta global eta lehiakorragoak baitira. Eta funtsezkoak dira, baita ere, aurrera egin eta lehiakorragoak izan ahal izateko.

Adimen Lehiakorreko sistema batek, baldin eta enpresaren estrategiarekin lerrotatuta, ondo definitua, ondo dimentsionatua eta une egokian erabakiak hartzen lagunduko duen inguruneko informazio garrantzitsua ematera bideratua badago, onurak emango ditu, ondoren zerrendatzen ditugun onurak, zehazki.

## 2. Adimen Lehiakorra egiteak enpresei ematen dizkien onurak

Adimen Lehiakorrak onura materialak zein ez-materialak ematen dizkie enpresei.

### **Erabakiak azkarrago hartzea, eta hartzen diren erabakiak efizienteak eta egokiak izatea**

- Eskuratzen den informazio fidagarria denez, erabakiak egokiagoak dira.
- Inguruneko informazio garrantzitsua erakundean zabaldu, eta une egokian heltzen da; hori dela eta, inguruneko aldaketei azkarrago erantzun ahal zaie.
- Ondo informatuta egoteak erabakiak arrisku gutxiagorekin hartzea dakar.

### **Aukerak eta mehatxuak antzematea**

- Alak mehatxuak antzematea ahalbidetuko du, bai eta inguruko aldaketei aurrea hartzea ere, eta, horrez gain, negozioak arrisku gutxiago izan dezan estrategiak eta ekintzak prestatzeko aukera emango du.
- Gainera, negozio aukerak antzeman eta aliantza estrategiko edo komertzialak esploratzea ahalbidetuko du, bai eta politika komertzialak, berrikuntzakoak egokitu eta marketin estrategiak optimizatzea ere.

### **Ingurunearen kontrol handiagoa**

- Inguruneko adierazle gakoek nola funtzionatzen duten ezagutzeak jarduera egokitzen utziko digu, eta aukera emango digu merkatuaren premiak aldatu ahala erreakzionatzeko.
- Lizitazio, lehiaketa publiko, laguntza eta diru laguntzen jarraipena modu automatizatuan egitea.

- Nire negozioan eragina duten lege, arau eta erregelamenduen aldaketen berri izatea, egunean egotea.

### **Lehiakideak antzematea eta kontrolatzea**

- Egungo lehiakideak eta lehiakide izan daitezkeenak kontrolatzea, bai eta garatzen edota merkaturatzen diren produktuak/zerbitzuak ere.
- Gure lehiakideen estrategiak eta ekintzak identifikatzea, bai eta lehiakideen mugimenduak iragartzea ere.
- Lehiakide berriak identifikatzea.

### **Merkatu eta joera berriak identifikatzea**

- Merkatu berriak, oso gutxi esploratuta daudenak edo aukera handiak dituztenak identifikatzea
- Kontsumo joerak aztertzea (eskari berriak edo bezeroen premia berriak)

### **Berrikuntzak egitea produktuetan/zerbitzuetan edo haien hobekuntza inspirazio iturri izatea**

- Elementu berritzaileak identifikatzea eta berrikuntzak egitea produktuetan, aztertuta, batetik, joera teknologikoak (patenteak, artikulu zientifikoak eta bestelakoak aztertuz) eta, bestetik, produktuen eta bezeroen premien arteko aldeak, eta norbere gaitasunen eta bezeroen gaitasunen artekoak.

### **Informazio gehiago eta informazio hobeta edukitzea, eta, horrela, infoxikazioari kontra egitea.**

- Dagoen gehiegizko informazioa murriztea edo kentzea.
- Daturik garrantzitsuenak errazago aukeratzea.
- Ezagutza banatuago dago.

### **Lankidetzak handiagotzea**

- Partner, aditu, hornitzaile, bazkide teknologiko eta bezeroen gaineko ezagutzak handitzen direnez, lankidetzak handiagotzea da.

### **Kostuen murrizketa eta lehiakortasuna areagotzea**

- Informazio estrategikoaren kudeaketa hobetzea.
- Erabakiak hartzeko denbora gutxiago behar da.
- Produktibitatea handitzen da, informazioa berehala jasotzen baita, gero eta azkarrago.
- Bezeroen leialtasuna errazten da, haiek izan ditzaketen premiak antzeman eta negozio aukerak bihurtzen direlako.