



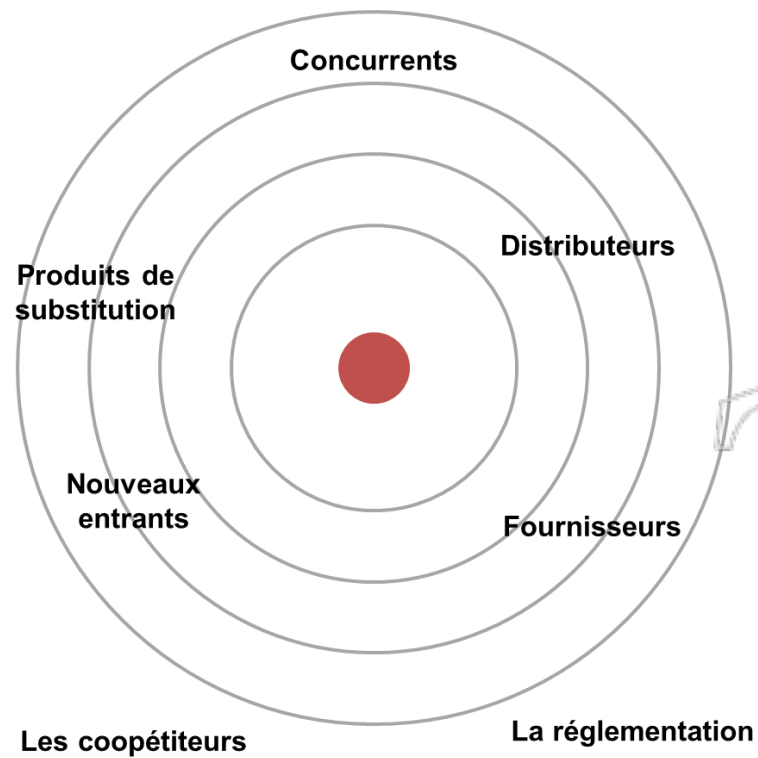
**UE IERS**  
**25 octobre 2023**

**TANG**  
**Cours A5**

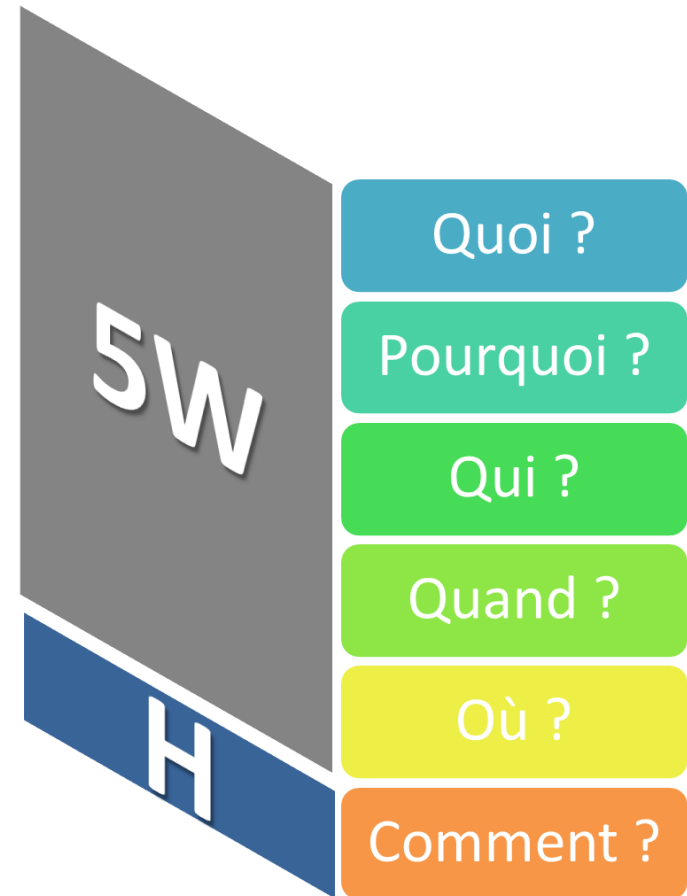
# **De l'analyse du besoin à la mise en œuvre d'une démarche de veille stratégique**



**les points essentiels à  
retenir sur  
le précédent cours ?**



**P  
E  
S  
T  
E  
L**



Vendredi 15 déc.2023  
14h00



TANG

Cas pratique

# **VEILLE STRATEGIQUE & CONCURRENTIELLE**

## **L'EXEMPLE DES TÉLÉCOMS**



**Objectif : connaître « en temps réel »**

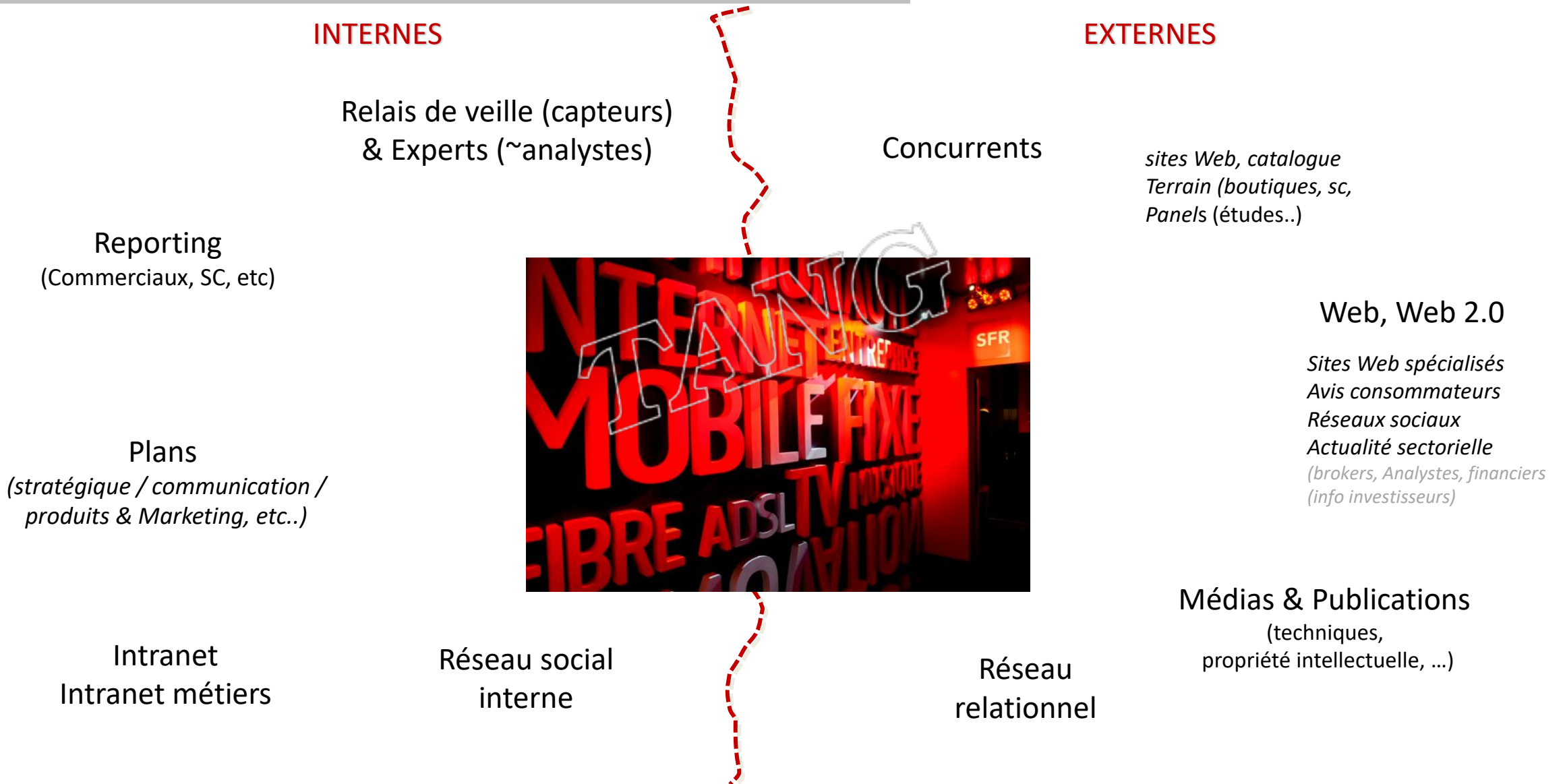
**1- leur organisation**

**2- leur actualité en particulier, leur situation financière (performance)**

**3- leurs Offres & Services proposés + grilles tarifaires comparées**

- Quelles sources d'informations cibler en priorité?
- Quels autres moyens d'accès à l'information utile ?
- Quels restitutions de veille proposer à vos équipes internes?
- Que faire au préalable ?

# Un système humain, qui capitalise d'abord sur l'interne... et se projette sur l'extérieur



## CONSTRUCTION CLASSIQUE

### Un système d'alerte adapté

- Mail, newsletter, applications, briefs stratégiques, notes, etc..
- Diffusion ciblée / accès ciblé

### Des synthèses et comparatifs récurrents

- **Événements majeurs par segment** : nouveautés, promos..
- **Benchmark des offres & services segmentées** : contenu, tarifs,
- **Analyse concurrentielle** : pricing, parcours client, promesse client, etc...

### Des fiches acteurs mises à jour en temps réel

- « Profils », chiffres clés, organisation, actualités, etc...
- Des matrices analytiques (méthodes SWOT, BCG, et tant d'autres

### Fluidifier l'accès vers l'info brute quand c'est possible

- Etudes, indicateurs marchés, rapports de brokers
- Communication financière (société cotée ou non, greffe, etc)
- Liens vers site Web; catalogues...

## MIROIR / EMPATHIQUE

nos clients / prospects parlent de :

- *notre relation*
- *nos offres*
- *leurs offres*
- *leurs attentes*
- *etc.*

leurs clients / prospects parlent de:

- *leur relation*
- *leurs offres*
- *nos offres*
- *leurs attentes*
- *etc.*



TANG

Veille stratégique : du besoin à l'action

**ANALYSER... SE COMPARER**



# Sur quelle base?

## Critères

## Périmètre

quantitatifs

qualitatifs

Un à un ?

Un vs  
plusieurs ?

**Plutôt  
internes**

**FORCES**

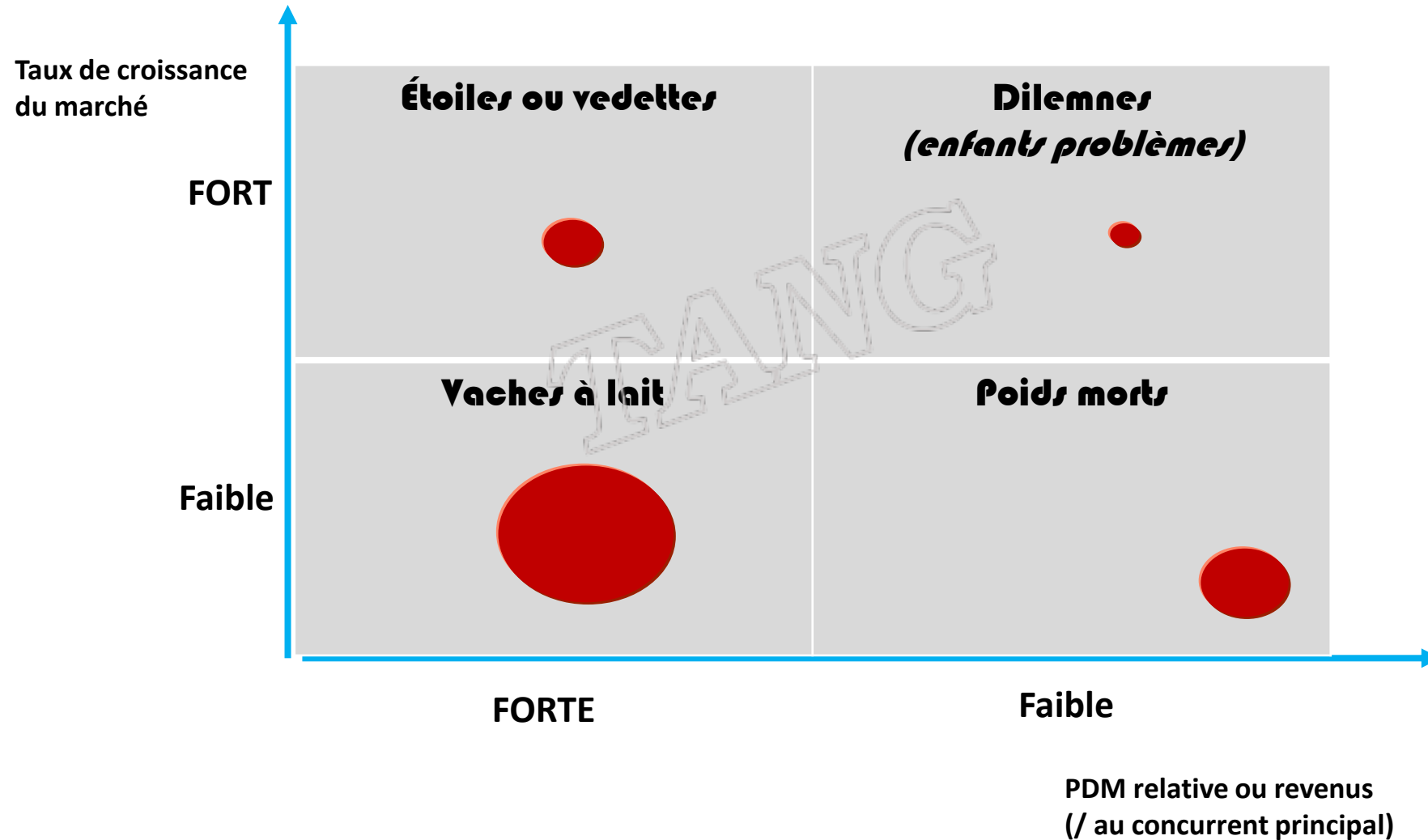
**FAIBLESSES**

**Plutôt  
externes**

**OPPORTUNITES**

**MENACES**

**FACTEURS CLES DE SUCCES**



- ➡ **Produit étoile** : produit prometteur pour l'entreprise (contribue à rentabilité et génère bénéfices). Entreprise doit se concentrer et investir pour maintenir leadership. Amené à devenir vaches à lait
- ➡ **Dilemne** : souvent peu rentable commercialement, mais pas de bénéfice sans investissement pour maintenir ou accroître PDM. Choix : investir ou abandonner.
- ➡ **Vaches à lait** : produits en phase de maturité générant profits et liquidités mais devant être remplacés dans un avenir proche. Il faut les rentabiliser car permettent de financer d'autres activités
- ➡ **Poids morts** : faible bénéfice sur marché déclinant et très concurrentiel doivent être abandonnés ou maintenus sans investissement.



TANG

Méthodologie

# LA VEILLE EN APPUI DES PROCESSUS DE GESTION DE CRISE



- **Crise** (gr krisis, décision)
  - période décisive ou périlleuse de l'existence
  - phase difficile traversée par un groupe social
- **Veille** (lat vigilia)
  - état de quelqu'un qui ne dort pas...

• *Le Petit Larousse 1999*

- volume humainement non gérable, y compris au travers d'un sourcing spécifique (2)
- exhaustivité impossible voire sans intérêt

**ADAPTABILITÉ  
DU SYSTÈME**  
une tactique de veille  
ne peut être figée...

TANG





# En situation de crise, il faut résoudre et communiquer efficacement vers les parties prenantes

## Stratégie de communication efficace

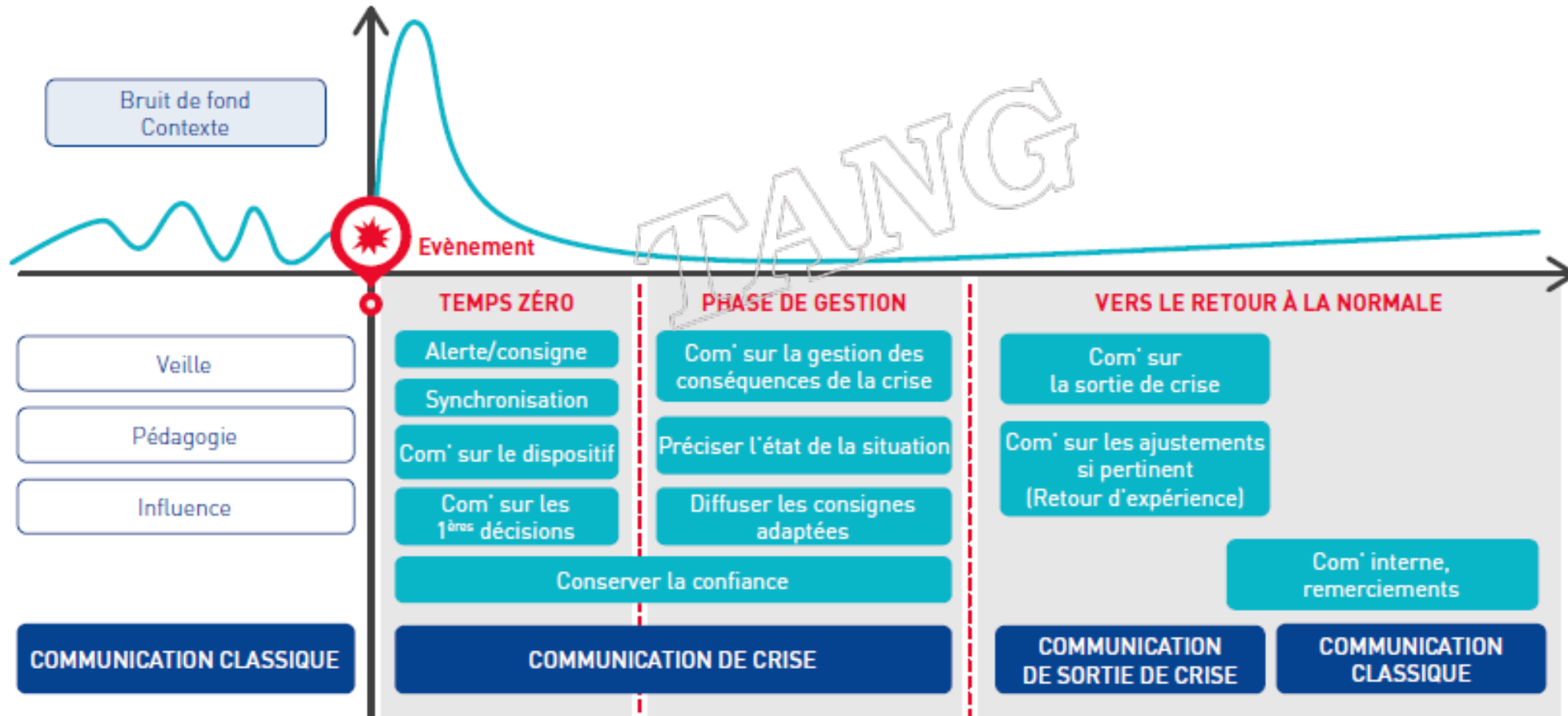
Transparence

Adéquation

Crédibilité

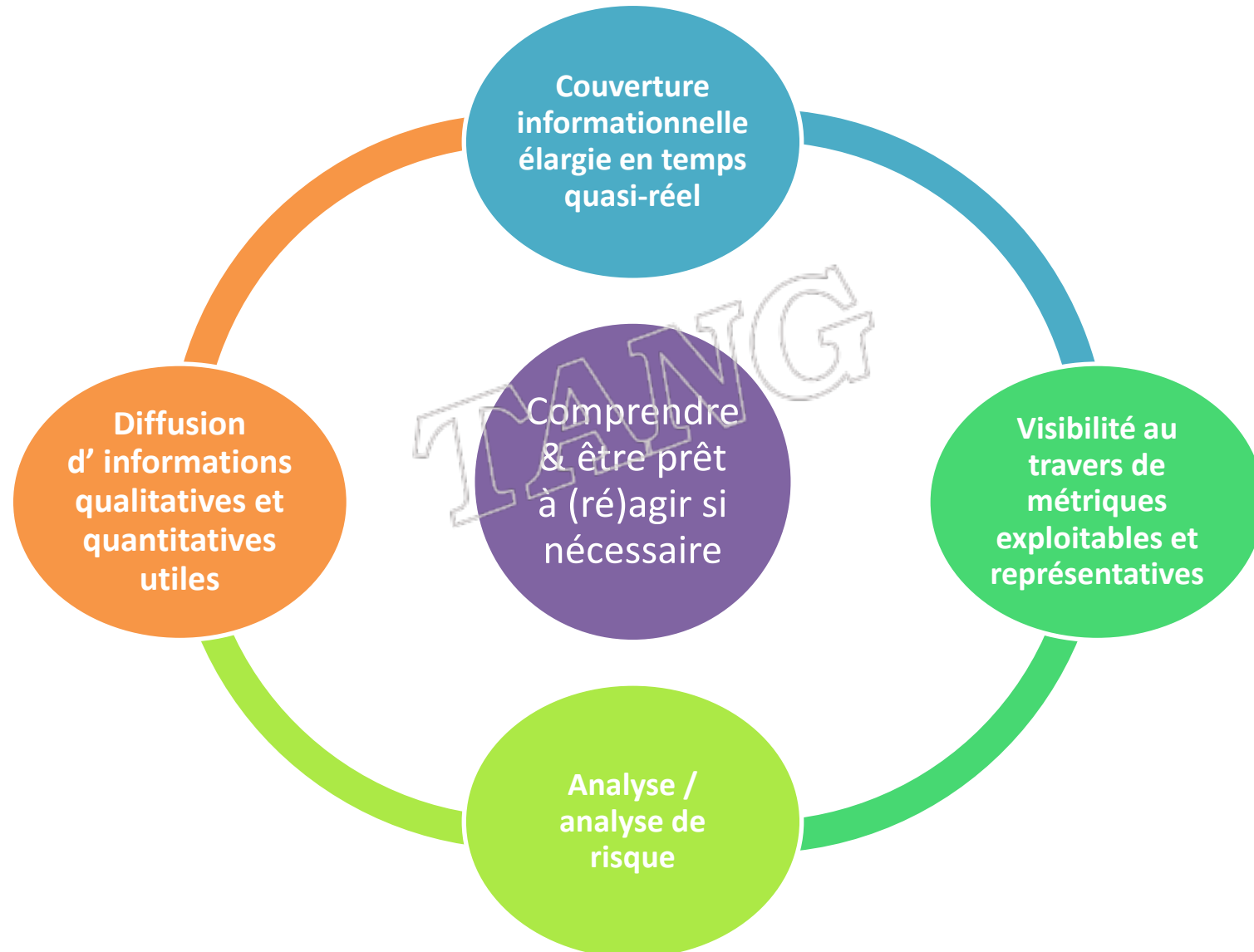
Réactivité

Clarté



Source : Anne-Lise Cœur-Bizot & Département Risques et Crises, INHESJ 2019





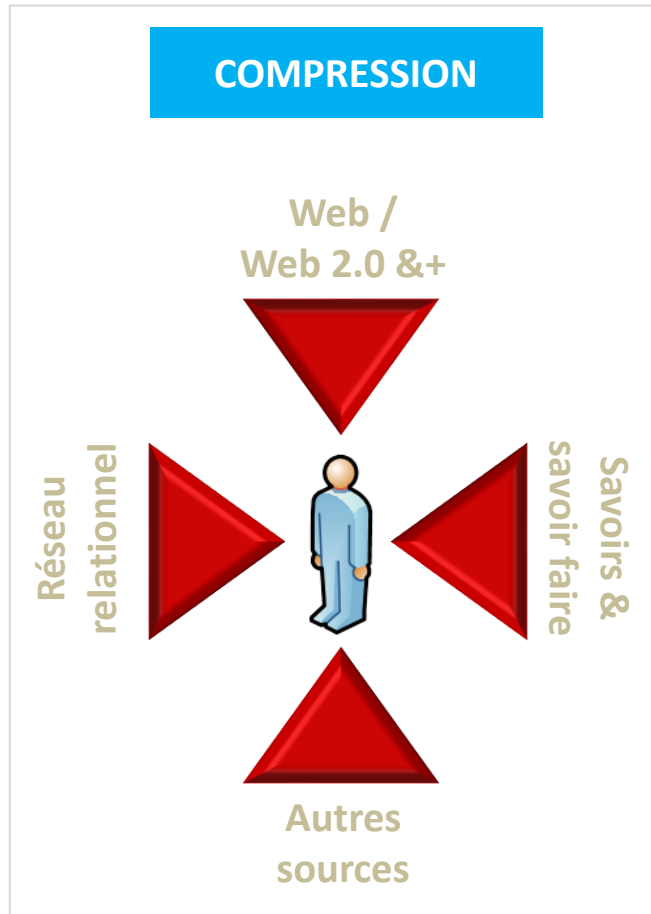


TANG

Focus : ne pas se faire déborder

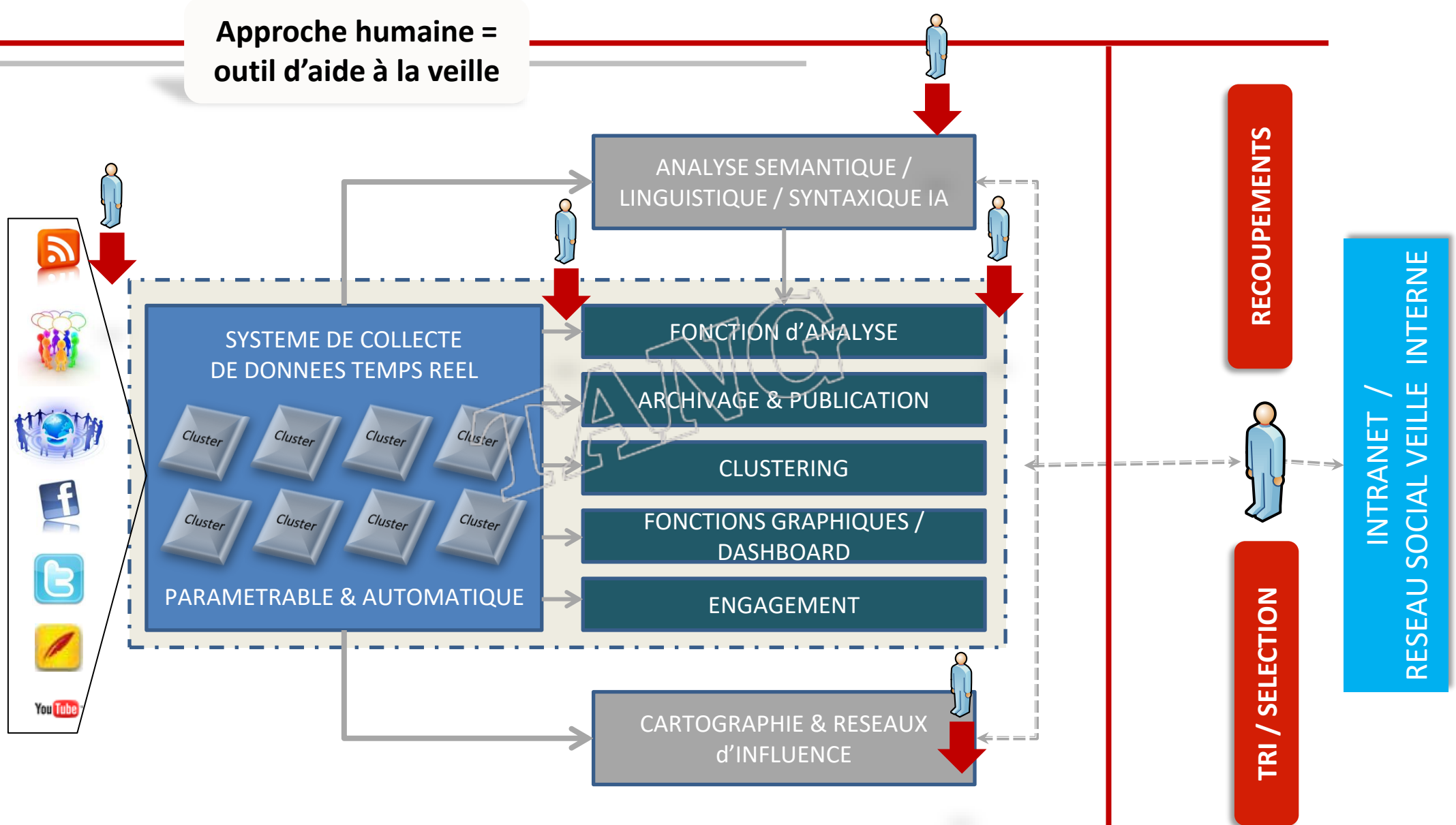
## **GERER LES MASSES D'INFOS WEB**

## Notre constat



- **Automatisation et systématisation de tâches récurrentes 24/7**
  - Détection temps réel
- **Gain de temps dans toutes les étapes du traitement de l'information électronique**
  - Temps gagné reporté sur d'autres tâches plus utiles
- **Gain en efficacité**
  - Périmètre de surveillance élargi
  - Meilleur ciblage / pertinence des résultats
  - Accélération Anticipation / Réactivité
- **Autonomie & indépendance**
- **Baisse des coûts (global)**







TANG

Méthodologie

# VISITE DE SALON EFFICACE



## En amont

- Inscription & Logistique
- Repérage (plan, stands, conférences...)
- Préparation : objectifs, cibles prioritaires, etc.
- Prise de rendez-vous
- Organisation (parcours, temps, répartition si plusieurs) + briefing.

**Respect strict**  
(Loi, déontologie, éthique)



## Pendant

- Visite
- Recueil de tout élément terrain utiles
- Infos clés conférences
- Plaquettes, brochure,s contacts, photos
- Prise de notes – sauf en RV ou démo)
- Formalisation quotidienne

**Transparence**  
(Identité, fonction, employeur)



## En aval

- Débriefing à chaud
- Rédaction d'un CR global sous forme rapport d'étonnement (infos clés)
- Et/ou notes spécifiques
- Transfert aux équipes concernées, dont cellule veille + docs clés
- Analyse à froid

**Validation accord**  
(photos, manipulation, docs...)

Selon vous  
Qu'attend-on d'un praticien  
spécialisé en veille stratégique  
(compétences / qualités)

# Des questions ?

« We don't know who discovered water,  
but we know it wasn't a fish »

***Marshall Mac Luhan***