

**Créer le Business Intelligence grâce à
un système de la veille stratégique**

Définition de l'Intelligence Économique

Ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement, de distribution et de protection de l'information obtenue légalement, utile aux acteurs économiques en vue de la mise en œuvre de leurs stratégies individuelles et collectives.

Les 3 composantes de l'Intelligence Économique:

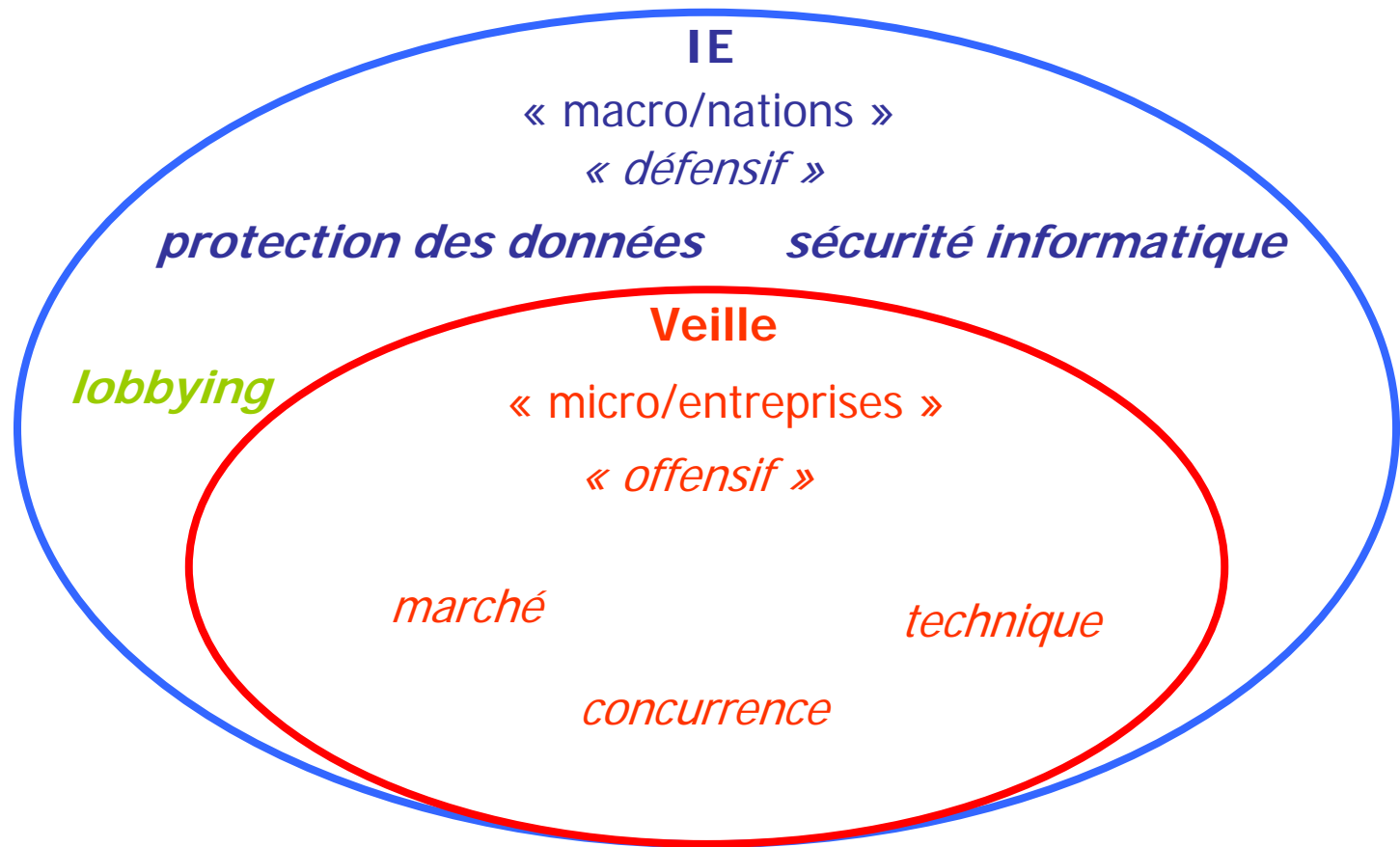
- La veille
- Le lobbying/l'utilisation offensive de l'information
- La protection du patrimoine Informationnel

Définition de la veille

La veille est une activité continue visant à **surveiller activement** l'environnement technologique, commercial, etc., pour en anticiper les évolutions.

« La veille est un processus régulier de recherche, d'analyse et de sélection pertinente d'informations pouvant apporter des avantages compétitifs à un acteur économique. »

Veille vs Intelligence Économique



La matière première de la veille

La Donnée: Ce sont les éléments (sources d'informations) bruts non traité et non classé :

- **Les données dites « structurées » :**

Bases de données, des entrepôts de données, des logiciels, des systèmes décisionnels, EDI, etc. Elles sont généralement organisées de manière logique afin de permettre leur traitement immédiat

- **Les données dites « non structurées »:**

Généralement présentes dans des documents et autres ressources non structurées (e-mails, pages web, sons, images...) et qui sont le plus souvent manipulées par des systèmes de gestion de contenu, des moteurs de recherche, etc

L'information: Ensemble des données interprété pour déduire un Fait

Les typologies des Informations:

- **Information Blanche:** celle qui est publiée par les canaux classiques (édition, presse...) et couvre environ 80% de l'information mondiale.
- **L'information Grise :** celle qui est diffusée par des canaux plus discrets mais pas secrets, tels que papiers de recherche, travaux de recherche universitaires, imprimés de toutes natures... Elle couvre environ 15% de l'information mondiale.
- **L'information Noire :** correspond à seulement 5% de l'information mondiale. C'est elle qui est protégée par des secrets et c'est celle-là qui est qualifié et attribué au monde de l'espionnage.

La Connaissance : Une information Travaillé, croisé et exploité afin de parvenir à une action, une décision—> Intelligence

- **Connaissance explicite :** formalisé et partagé sous forme de document réutilisable
- **Connaissance Tacites :** appartenant aux individus, difficilement transmissible

Les Quatre phases de la veille

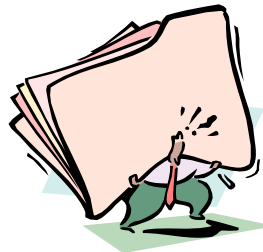
1. Rechercher (identification des sources selon besoins)



2. Collecter des informations brutes

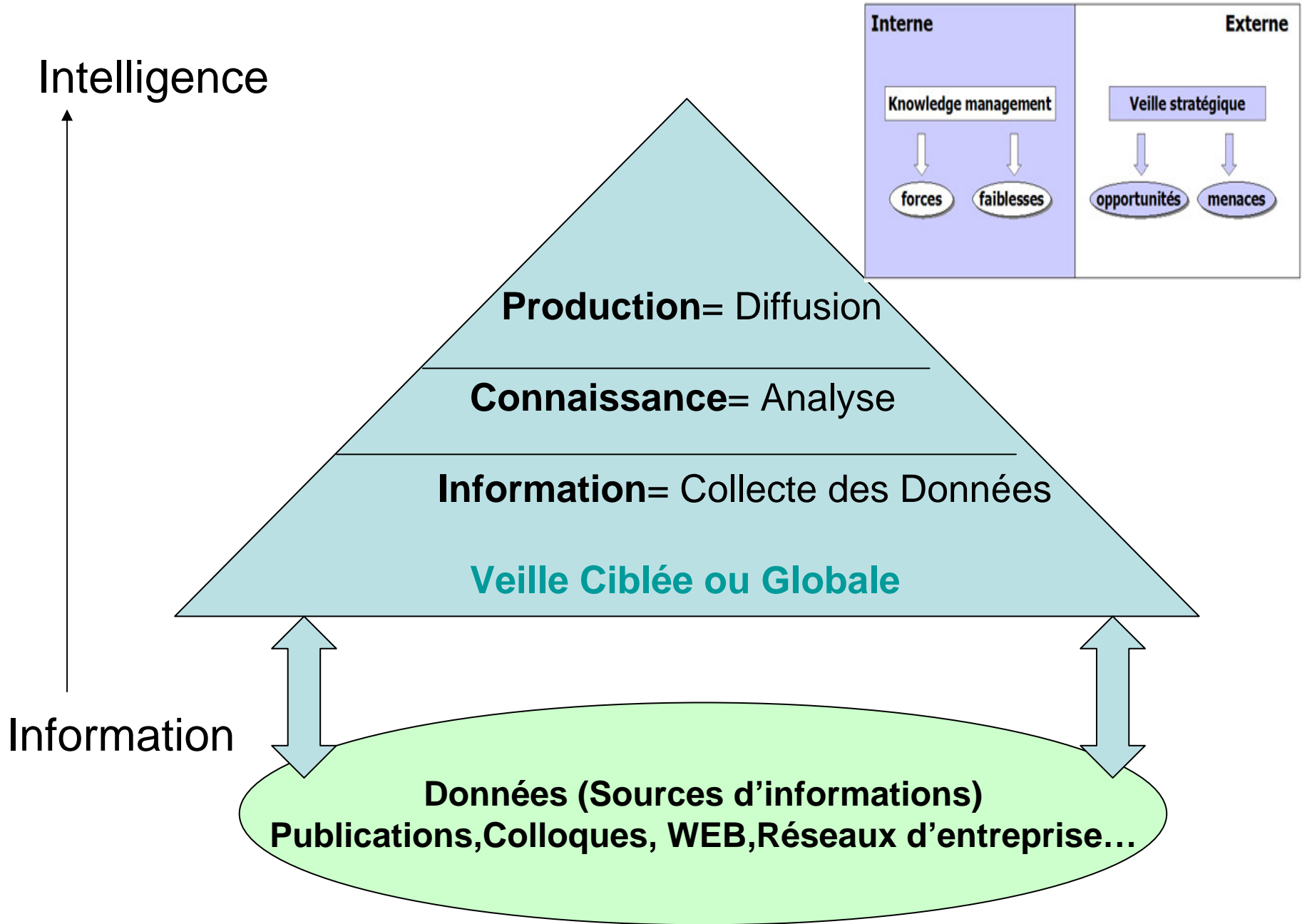


4. Diffuser l'information à valeur ajoutée



3. Sélectionner, Analyser et Organiser l'information recueillie

Processus de création de l'Intelligence



La veille dans les entreprises

Problématiques et Solutions

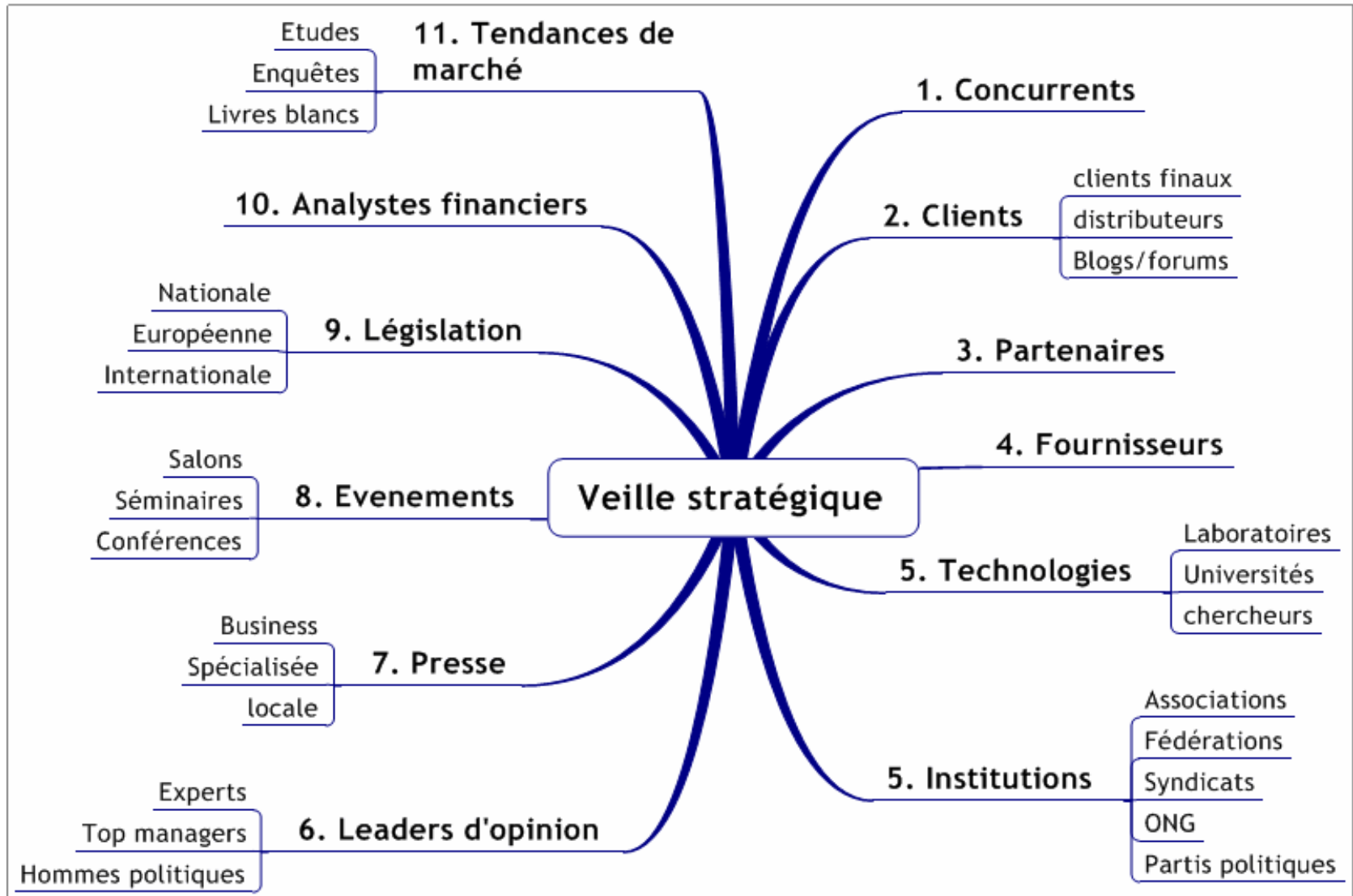
A qui s'adresse ?

La veille s'adresse à tous dans l'entreprise:

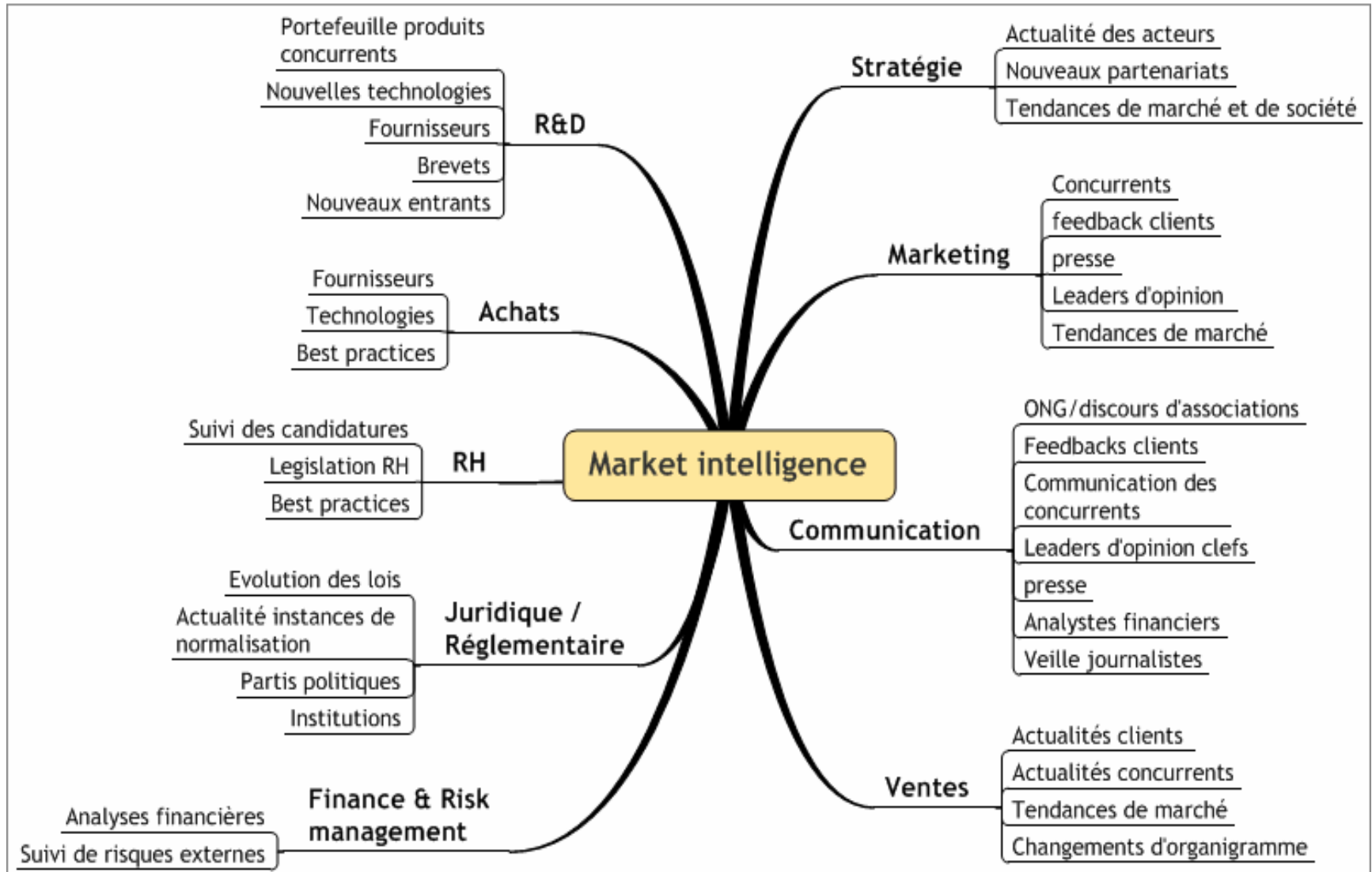
- Les dirigeants des entreprises afin de les accompagner dans leurs Stratégies
- Les responsables d'activités techniques /R&D afin d'accompagner l'innovation technologique
- Les responsables Qualités pour se conformer aux exigences réglementaire
- Les responsables commerciaux et Marketing afin d'accompagner l'innovation produit et de mieux se positionner par rapport au marchés et aux concurrents
- Les porteurs de projets afin de mieux cerner leur projets

Tout le monde peuvent bénéficier de la veille si une Bonne méthodologie est mise en place.

Périmètre de la surveillance



Une veille pour chaque département



Quelques exemples de types de veille

- Veille Concurrentielle : catalogues, sites Internet
- Veille Marché ou pays: taille, évolution demande, nouveaux entrants, opportunités, menaces, fusions/acquisitions, partenariats
- Veille Scientifique (théorie) : publications, rapports de recherche
- Veille Technologique (application) : Etat de l' Art, presse spécialisée
- Veille Réglementaire : directives, décrets, arrêtés
- Veille Normative : anticiper l'évolution technologique, se conformer
- Veille Appels d'offre : sauter sur des opportunités pour gagner des contrats !
- Propriété industrielle : brevets, marques, dessins & modèles
- Veille marketing: dernière tendance marketing

Veille concurrentielle

Elle permet aux entreprises d'anticiper les stratégies et tactiques de leurs concurrents, par l'analyse et le suivi continu de leurs ressources, organisation, actions et résultats.

Questions :

- Quelles sont les stratégies de développement de mes concurrents (acquisitions, alliances, nouveaux pays, nouvelles cibles, nouveaux produits,...) ?
- Comment évoluent les principales ressources de mes concurrents (financières, humaines, technologiques, capacité de production,...) ?
- Comment évolue l'organisation de mes concurrents et leur management en particulier ?
- Sur quelles activités concentrent-ils leurs efforts ?
- Quels sont les potentiels nouveaux entrants sur notre marché ?

Gestion des risques

Elle permet aux entreprises d'anticiper l'évolution des risques liés à leur activité grâce à une surveillance continue des ressources et partenaires clés de l'entreprise

Questions :

- Ce produit de substitution risque-t-il de laminer nos ventes?
- Mon principal fournisseur est-il en difficulté ?
- Notre plus gros contrat risque-t-il d'être interrompu?
- Cet incident risque-t-il de ternir notre image de marque?

Veille Technologique et Scientifique

Elle permet aux entreprises d'optimiser leurs capacités d'innovation grâce à une veille technologique exploratoire.

Questions :

- Quelles sont les technologies émergentes dans notre secteur?
- Quelles combinaisons de technologies peuvent être utilisées pour optimiser nos produits?
- Quel peut être l'impact des technologies émergentes sur nos concurrents ou l'arrivée de nouveaux entrants?
- Quelles sociétés maîtrisent les technologies clés repérées pour d'éventuels partenariats ou acquisitions?

Témoignage
D'entreprises



Telecom ITALIA Mobile

Département Marketing Stratégique et fidélisation clientèle de TIM

Secteur : Telecom

PROBLEMATIQUE

Afin de conforter sa position de leader dans le secteur des communications mobiles d'entreprise, les équipes Marketing de TIM doivent constamment se tenir informées :

- * Des activités de la concurrence,
- Des tendances des marchés nationaux et internationaux,
- Des besoins des clients, tant actuels qu'à venir,
- Des technologies existantes et émergentes,
- Des tendances réglementaires.

BENEFICES

- **Réactivité accrue** : le processus automatisé de veille concurrentielle offre aux décideurs de TIM un accès instantané à de l'information utile.
- **Couverture illimitée des sources** : la veille élimine le goulot d'étranglement occasionné par le processus de lecture. Tous les types de sources peuvent être traités, ce qui permet d'accroître la couverture et la fiabilité des informations.
- **Gains de temps** : l'automatisation des processus d'extraction, de catégorisation et de visualisation permet aux utilisateurs de TIM de se concentrer sur l'analyse à valeur ajoutée et la prise de décision.
- **Capacité d'anticipation accrue** : la veille permet aux décideurs de TIM d'anticiper les développements du marché plutôt que de les subir.

Secteur : Santé

Orkyn

Département : Marketing



“ Easy to use, Fast,
Reliable... ”

Philippe MARTINEZ
Marketing and Communication Director

Besoin : Comprendre les tendances sur les marchés français et américains afin d'éclairer les décisions stratégiques

Solution : Moins de temps passé sur la collecte de l'information, beaucoup plus de sources surveillées, une seule base de données stratégiques pour tous.



Schneider Electric



Besoin : Détecter des opportunités ou menaces concurrentielles au niveau mondial.

Solution : Plusieurs milliers de sources surveillées quotidiennement. Plus de 10 pays partagent le même outil pour une efficacité maximum.



SCOR

Secteur : Assurance

Département : Système d'Information



Besoin : Surveiller les clients, les risques et les opportunités parmi plusieurs milliers de flux presse et Internet. Diffuser des rapports à toutes les business units.

Solution : thousands of sources watched for all departments. Huge increase in productivity.

internes a permis et permet encore d'adapter en permanence les livrables du dispositif pour coller à leurs problématiques et objectifs quotidiens.

Grâce au dispositif de veille, les opérationnels, qu'ils soient commerciaux, tarificateurs, actuaires, juristes, ou encore chargés de sinistre, ont pu ainsi améliorer leur appréciation du risque, parfois radicalement suite à une information stratégique clé.

« Les opérationnels, au siège comme en filiales à l'étranger, n'ont pas tous immédiatement compris l'intérêt de structurer notre démarche de veille, qui restait pour eux un concept théorique...jusqu'à ce qu'on leur apporte des informations qu'ils ne pensaient même pas pou-

plus exhaustive » continue Cécile Chevallier.

Une bien plus grande productivité de collecte, analyse et diffusion de l'information

« Outre une qualification plus fine de l'information, nous produisons aujourd'hui plus rapidement des rapports » ajoute Dominique Dionnet.

« En fait, il nous aurait été tout simplement impossible d'assurer une veille aussi exhaustive et fiable sur autant de projets sans Evolution » cautionne Cécile Chevallier.

The SCOR logo, featuring the word "SCOR" in a bold, teal, sans-serif font. The letters are slightly stylized, with the 'O' having a unique shape.

La Coopération

**Un nouveau levier de
l'Intelligence Économique**