

# FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

## Comment mettre en place une veille concurrentielle

**La veille concurrentielle a comme objectif de rester compétitif face aux autres entreprises. C'est donc une activité qui nécessite des moyens et une organisation rigoureuse.**



## 1. Veille concurrentielle : quels moyens ?

---

Dans le cadre d'une stratégie de benchmarking, la mise en place d'une veille concurrentielle s'accompagne de la mobilisation de moyens humains et matériels.

- S'il n'est pas nécessaire qu'elle soit réalisée à plein temps, la surveillance des concurrents demande toutefois à ce qu'une ou plusieurs personnes y consacrent quelques heures par semaine.
- Selon les capacités financières de l'entreprise, il est aussi possible de faire appel à une société spécialisée.

Dans tous les cas, la veille concurrentielle passe par :

- internet (blogs, forums, réseaux sociaux, sites d'entreprise, alertes Google, flux RSS) ;
- la presse (spécialisée, professionnelle) ;
- un travail de terrain (salons, congrès, etc.).

## 2. Veille concurrentielle : que rechercher ?

---

Une veille concurrentielle efficace doit porter sur plusieurs entreprises (au moins trois, généralement). Selon les moyens de la société, il sera peut-être nécessaire de faire des choix sur le ciblage des concurrents. Par exemple, en déterminant lesquels semblent les plus dangereux ou les plus compétitifs. Il s'agit aussi de faire des choix sur les informations à rechercher. Il s'agit le plus souvent de :

- veilles technologiques (ressources matérielles, technologiques, capacités de production des entreprises) ;
- veilles commerciales (évolution du marché, de la demande, étude des circuits de distribution, etc.) ;
- veilles stratégiques (innovations, investissements, politiques salariales, etc.).

## 3. Veille concurrentielle : comment l'exploiter ?

---

Les informations obtenues à l'issue d'une veille concurrentielle doivent :

- faire apparaître les forces et faiblesses des concurrents observés ;
- permettre au chef d'entreprise (ou aux cadres opérationnels) de positionner l'entreprise par rapport à eux.

Pour qu'elle soit efficace, la veille concurrentielle doit s'opérer en continu. Des rapports réguliers doivent alors être produits à un rythme décidé par le dirigeant :

- hebdomadaire ;
- bimensuel ;
- mensuel ;
- etc.

# Pourquoi mettre en place une veille concurrentielle



## 1. Pour ne pas se faire déborder par la concurrence

---

N'importe quelle entreprise actuelle doit faire face à la concurrence. Pour se développer, elle doit donc prendre en compte les choix stratégiques des autres entreprises. C'est ce qu'on appelle le benchmarking. La veille concurrentielle en est l'un de ses principaux outils. Elle consiste à rechercher, analyser et exploiter toutes les informations relatives aux concurrents et à son secteur d'activité. Cette opération doit être continue et nécessite donc que le chef d'entreprise y consacre des moyens. Son principal intérêt est de ne pas avoir de retard sur la concurrence.

- Que propose-t-elle ?
- Sur quoi investit-elle ?
- Quelles sont ses forces et ses faiblesses ?

Le ciblage peut porter sur de nombreux thèmes, notamment :

- la production ;
- les finances ;
- les ressources humaines ;
- le marketing ;
- etc.

## 2. Pour s'adapter à l'évolution du marché

---

Faire de la veille concurrentielle, c'est aussi s'intéresser au marché et à ses évolutions. L'étude de marché se réalise déjà avant la création de l'entreprise, mais doit se poursuivre au-delà. C'est ce qu'on appelle la veille commerciale. Elle s'opère notamment sur :

- l'attente des clients : il est important de pouvoir anticiper au maximum les évolutions de la demande (importance des réseaux sociaux sur internet, des blogs) ;
- l'évolution des techniques de production : la veille technologique permet d'évaluer les besoins d'innovation de son entreprise. Il est donc important de se tenir informé des évolutions technologiques dans son secteur d'activité via la presse spécialisée, les salons professionnels ou les dépôts de brevets à l'Institut national de la propriété industrielle.

# Comment définir les cibles de la veille concurrentielle



## 1. Le ciblage des concurrents

---

La première étape d'une veille concurrentielle consiste à répondre à cette question : qui sont mes concurrents ? Il y a ceux qui ont été identifiés très tôt, mais d'autres existent peut-être.

Comment les trouver ? Les annuaires d'entreprises peuvent être assez utiles. Ce sont des moteurs de recherche répertoriant les sociétés avec plusieurs entrées : secteur d'activité, implantation géographique, nombre de salariés, etc. Selon le nombre de concurrents, il n'est pas forcément nécessaire de tous les surveiller. Il est pertinent de cibler les plus dangereux, ceux qui se trouvent régulièrement sur les mêmes marchés (lors des appels d'offres, par exemple). Il peut aussi être intéressant d'inclure un concurrent indirect dans les recherches. Globalement, il est toutefois préférable de rechercher des informations sur au moins trois concurrents.

## 2. Le ciblage des thèmes

---

Une veille concurrentielle doit rechercher le maximum d'informations. Toutefois, selon les moyens de l'entreprise et le temps qu'elle peut consacrer à cette activité, il sera peut-être nécessaire de faire des choix. Voici les principaux thèmes de recherche d'une veille concurrentielle :

- les données financières ;
- les produits ou services : les gammes, les prix, etc. ;
- les caractéristiques du marché : la clientèle ciblée, les circuits de distribution, la zone de couverture géographique, etc. ;
- les ressources matérielles, technologiques, les capacités de production ;
- les ressources humaines : le nombre de salariés, la politique salariale, les perspectives d'embauche, etc.

## Par quels moyens réaliser une veille concurrentielle



### 1. Quels moyens humains pour réaliser une veille concurrentielle ?

---

Une veille concurrentielle doit être réalisée de façon continue au sein de l'entreprise. Il est donc important de désigner une personne ou un groupe responsable de cette tâche pour être certain qu'elle sera exécutée. Il ne s'agit pas d'y consacrer tout son temps, mais au moins quelques heures par semaine.

Qui doit s'en charger ? Quelqu'un qui connaît déjà bien l'entreprise, les produits ou services qu'elle propose, et son environnement : un dirigeant, un cadre, un commercial...

Selon les moyens dont dispose l'entreprise, il peut aussi être envisageable de faire appel à des personnes extérieures, mais expertes dans ce domaine. Des sociétés spécialisées dans la veille technologique et la veille concurrentielle existent. Deux avantages avec cette formule :

- pouvoir délester son équipe d'une activité supplémentaire ;
- faire preuve de plus de discrétion auprès des concurrents.

### 2. Quels moyens matériels pour réaliser une veille concurrentielle ?

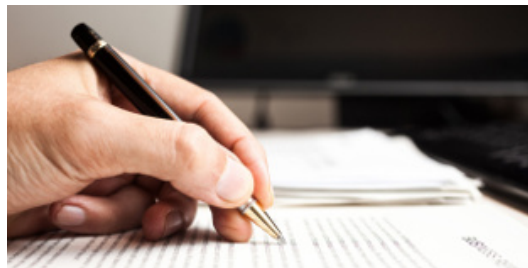
---

Une grande partie de la veille concurrentielle s'effectue par une veille internet. Plusieurs outils peuvent être utilisés :

- les flux RSS et les alertes Google de la presse spécialisée ou des thèmes référencés : s'y abonner permet d'être en permanence tenu informé de l'actualité relative aux sujets recherchés ;
- les annuaires d'entreprise : ce sont des moteurs de recherche répertoriant les sociétés selon leur secteur d'activité, leur implantation géographique, leur nombre de salariés, etc. ;
- les réseaux sociaux et forums de discussion : certaines sociétés peuvent y avoir un compte et délivrer quelques informations volontairement ou en discutant avec d'autres utilisateurs.
- les blogs ou sites officiels des concurrents : certaines sociétés communiquent régulièrement sur leur actualité.

Ce travail peut être complété sur le terrain en fréquentant les congrès et salons professionnels. Un commercial est aussi bien placé pour obtenir des informations par le biais de ses clients.

## Comment piloter et retranscrire la veille concurrentielle



### 1. Comment piloter la veille concurrentielle ?

---

S'il ne s'en occupe pas lui-même, le chef d'entreprise doit désigner une personne ou un groupe de personnes responsables de la veille concurrentielle. Il est préférable que ces personnes aient quelques compétences en matière de recherche et collecte d'informations, d'analyse et de production de rapports. Elles doivent aussi avoir un minimum de connaissances sur l'environnement de l'entreprise :

- clients ;
- fournisseurs ;
- concurrents.

Si le chef d'entreprise ne dispose pas du personnel qualifié pour ce type d'activité, il a un choix à faire :

- former quelqu'un pour qu'il devienne spécialiste de la veille concurrentielle ;
- faire appel à une société externe.

De toute façon, il a à se poser cette question : quel budget est-il prêt à accorder aux moyens humains et matériels qu'il faudra mettre en place ?

### 2. Comment retranscrire la veille concurrentielle ?

---

Les informations collectées lors de la veille concurrentielle doivent être rassemblées dans un rapport écrit. Selon le destinataire et les objectifs de l'opération, il sera plus ou moins synthétique ou portera sur des thèmes différents :

- finances ;
- ressources humaines ;
- produits ;
- clients ;
- etc.

La synthèse la plus efficace s'opère par l'intermédiaire d'un tableau :

- une entrée par concurrent ;
- puis une entrée par thèmes.

Des codes couleurs peuvent faciliter la lecture. Le but est de repérer au plus vite les points forts et les points faibles de chacune des sociétés observées. Enfin, le chef d'entreprise décide aussi du rythme auquel les résultats doivent lui parvenir :

- hebdomadaire ;
- bimensuel ;
- mensuel...

Tout dépend du temps qu'il décide d'accorder à l'analyse de cette activité.



# Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence  
des décideurs  
La communauté  
Marketing  
& communication



Le média  
cross canal  
Ecommerçants  
et commerce  
connecté



Le média  
orienté  
100% client



Le service  
d'information  
des commerciaux  
et des business  
developers

# Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent  
des acheteurs  
privé / public



La solution  
d'information  
des directeurs  
administratifs  
et financiers

# Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source  
d'information  
des entrepreneurs  
et  
des dirigeants PME



Le magazine  
des entreprises  
artisanales



Le magazine  
des entreprises  
artisanales