

MODULE  
> MARKETING

THÈME 21  
> LA VEILLE MARKETING



1. Qu'est-ce que la veille marketing ?
2. Types de veille marketing
3. Quelques bonnes pratiques de la veille marketing
4. Points à retenir...

## VEILLE MARKETING

### Forces conditionnant l'entreprise :

- Pouvoir de négociation des clients et des fournisseurs
- Menace de nouveaux concurrents potentiels et des offres de substitution
- Concurrents actuels

### Processus de « surveillance » pour

- Rechercher des informations
- Les analyser
- Et les exploiter

- Analyser les produits/services et le marché
- Anticiper leurs évolutions pour mieux cibler et orienter les actions marketing et commerciales

- Connaître les attentes des clients

- Dénicher les opportunités

- Réduire les risques liés à l'incertitude

## Veille commerciale

- > Objectifs : identifier les nouveaux marchés et prospects, orienter le message commercial et surveiller son image
- > Portée : marché, actualités et besoins des clients, appels d'offre, actualités des fournisseurs...
- > A travers : les rapports de visite clients, les contacts personnels, achats et tests de produits, internet, médias...

## Veille concurrentielle

- > Objectifs : Identifier les concurrents les plus menaçants, détecter l'apparition de nouveaux concurrents, ajuster sa stratégie et son argumentaire commercial
- > Portée : concurrents, leur stratégie, leur politique de prix, les nouveautés, etc.
- > A travers : Internet, rapports d'activités, documentation commerciale, les médias...

## Veille technologique

- > Objectifs : Détecter les technologies de substitution et les niches technologiques, surveiller la capacité d'innovation des concurrents pour orienter la recherche et développement
- > Portée : environnement technologique, brevets, normes et procédés de fabrication...
- > A travers : Banques de données, thèses et articles scientifiques, rapports des organes de contrôle...

## Identifier le champ de la veille marketing

- > Déterminer le domaine à explorer et le niveau de veille le plus pertinent pour l'entreprise
- > Identifier des mots clés qui faciliteront la recherche

## Collecter l'information

- > S'abonner aux sources d'informations pertinentes (blogs, alertes, médias sociaux...)
- > Exploiter les outils web disponibles
- > Collecter l'information dans les salons, conférences, médias écrits...
- > Développer un réseau de veilleurs parmi ses collaborateurs, connaissances, etc.

## Vérifier les sources

- > S'assurer de l'origine de l'information, de la fiabilité de la sources, etc.
- > Identifier le type d'information selon l'objectif et l'initiateur de l'étude

## Trier et organiser l'information

- > Prioriser les données selon leur niveau d'importance en fonction de l'objectif de la veille
- > Croiser les données et les sources d'information, comparer et recouper les informations
- > Créer des tableaux de bord

## Qu'est-ce que la veille marketing?

- > **Processus de « surveillance » pour rechercher des informations, les analyser et les exploiter**
- > **Permet d'identifier de nouvelles opportunités, de cerner les attentes des clients...**

## Les différents niveaux de veille marketing

- > **Veille commerciale**
- > **Veille concurrentielle**
- > **Veille technologique**

## Bonnes pratiques de la veille marketing

- > **Identifier le champ de la veille marketing**
- > **Collecter l'information**
- > **Vérifier les sources**
- > **Trier et organiser l'information**