

## Veille stratégique pour une PME manufacturière

Référence : Primeau, M. « Une veille stratégique qui rapporte ». *La Presse+*, 31 mai 2016.

Mots clés : veille; PME; marchés internationaux.

### Contexte :

Une PME québécoise qui conçoit et fabrique des automates pour modifier des bouchons de plastique et des capsules après leur moulage a su se démarquer sur les marchés internationaux grâce à la veille stratégique.

### Problème identifié :

Les PME qui essayent de faire des affaires sur les marchés internationaux doivent relever plusieurs défis, dont celui de dénicher les occasions d'affaires et les clients potentiels.

### Objectifs à atteindre :

L'objectif de cette PME manufacturière était de parvenir à se démarquer sur les marchés internationaux en identifiant les points faibles de ses concurrents, en trouvant une manière efficace de se positionner et en repérant les occasions d'affaires.

### Solution envisagée :

Dans le but de trouver de nouvelles occasions d'affaires et d'offrir des produits qui répondraient aux besoins du marché, l'entreprise a opté pour l'implantation d'un processus de veille stratégique.

### Mise en œuvre de la solution :

Pour la mise en œuvre du processus de veille stratégique, l'entreprise a mis à profit le travail de terrain de ses employés, particulièrement ceux qui avaient des contacts directs avec les clients, soit les techniciens et les vendeurs, pour recueillir des informations, même celles qui paraissaient anodines. De plus, l'entreprise a profité du travail d'une firme externe engagée pour couvrir l'ensemble des publications spécialisées dans le domaine d'expertise. Après avoir analysé les données, l'entreprise a été en mesure de colliger ces observations dans des rapports et autres publications mensuelles d'aide à la décision.

### Résultats atteints :

Grâce au processus de veille, l'entreprise a pu, entre autres, identifier un marché dans lequel il fallait qu'elle investisse plus d'efforts au plan du développement de ses activités et de l'optimisation de son service après-vente : l'entreprise a mandaté un de ses techniciens afin de rencontrer les clients existants de ce marché pour parfaire leurs formations et partager avec eux les dernières avancées des produits de l'entreprise.