

L'intelligence d'affaires et la performance

Référence : McKenna, A. « L'analytique à l'assaut des médias sociaux ». *La Presse*, 16 février 2011.

Mots clés : veille; intelligence d'affaires; société des alcools.

Contexte :

La société des alcools d'une province canadienne a réussi à tirer profit de la veille stratégique et de l'intelligence d'affaires en cernant mieux les besoins de ses clients consommateurs et en améliorant sa performance globale.

Problème identifié :

Cette société d'État comptait plusieurs succursales regroupées en trois divisions, soit la commercialisation, la distribution et les ventes. Toutefois, aucun système n'était implanté afin d'avoir une vue d'ensemble de ce qui était réalisé dans les différentes divisions et succursales.

Objectifs à atteindre :

Cet organisme désirait mieux évaluer sa performance globale en matière de gestion.

Solution envisagée :

La société d'État a envisagé d'implanter des outils de veille stratégique qui lui permettraient d'exercer un meilleur suivi de ses processus d'affaires.

Mise en œuvre de la solution :

Des outils de veille ont été mis en place et ont permis d'établir une politique de gouvernance et d'intelligence d'affaires pour l'ensemble des divisions de la société. L'organisme a utilisé un logiciel qui offrait la possibilité d'afficher la performance des trois divisions sous forme d'un tableau de bord; les succursales, pour leur part, ont bénéficié de plus de liberté concernant la vente de leurs produits, et les divisions ont pu se fixer des objectifs quantifiables et préciser les stratégies utilisées afin de les réaliser.

Résultats atteints :

Le programme de veille stratégique a permis aux trois divisions de la société d'améliorer leurs résultats. La société d'État a même remarqué une diminution de son coût d'exploitation. L'organisme a été en mesure d'analyser les réactions à la suite des décisions qui avaient été prises : il a alors été possible de répéter les décisions qui avaient été profitables et de corriger celles qui avaient moins bien fonctionné. L'étape suivante pour la société d'État a été d'exploiter les médias sociaux de façon à maximiser sa présence en ligne et à améliorer son interaction avec la clientèle. De cette façon, l'organisme voulait analyser ce qui se publiait sur les réseaux sociaux afin d'être à l'affût des préférences de ses clients consommateurs et d'ajuster son offre en fonction de cette analyse.