

## La veille concurrentielle et le marché

Référence : Crone, G. "Competition takes on intelligence". *National Post*, November 14, 1998.

Mots clés : veille; concurrence; stratégie de marché.

### Contexte :

Un important fournisseur de systèmes interactifs et de téléconférences en Amérique du Nord offrait ses services dans plus d'une trentaine de villes canadiennes, américaines et australiennes. Afin de garder sa place dominante sur le marché de son secteur, la compagnie surveillait de très près la concurrence.

### Problème identifié :

Dans cette compagnie, la personne chargée de la veille concurrentielle devait, entre autres choses, scruter les annonces dans les journaux et surveiller les sites Web des concurrents. Lors de ses activités de veille, cette personne a découvert des publicités dans un journal, certaines comprenant des adresses de sites Web. En consultant les différents sites des annonces, elle s'est rendu compte que, même si les adresses étaient différentes, elles menaient toutes à un seul et même site. Cette information a permis à la compagnie d'entrevoir qu'un compétiteur sérieux essayait de se tailler une place dans le marché.

### Objectifs à atteindre :

Pour garder son titre de chef de file de son secteur, cette compagnie devait être au courant de ce qui se passait dans l'industrie et comprendre ce que ses compétiteurs envisageaient de faire.

### Solution envisagée :

Afin d'atteindre son objectif, la compagnie utilisait la veille concurrentielle.

### Mise en œuvre de la solution et résultats atteints :

Quelques recherches d'informations supplémentaires concernant l'entreprise concurrente ont permis d'avoir une idée du type de services qu'elle offrait à ses clients. Entre autres, il a été possible d'apprendre que ce compétiteur avait l'intention d'accroître ses services dans trois nouvelles villes. Grâce à ces informations, la compagnie a pu établir une stratégie spécifique pour monopoliser le marché : de nouvelles publicités ont été produites et des promotions attrayantes ont été offertes dans toutes les villes qui avaient été ciblées par le compétiteur.