

La veille concurrentielle, le radar de l'entreprise

Référence : Lewandowski, R. "Corporate confidential: The business of business intelligence is booming, though it's not as exciting as you might think. The practice owes more to Colombo than James Bond". *National Post*, March 1st, 1999.

Mots clés : veille; concurrence; entreprise.

Contexte :

Le concept de « recherche d'informations » n'est pas nouveau dans le monde des affaires; mais, avec le rythme des marchés qui s'accélère de plus en plus, que la bonne personne détienne la bonne information au bon moment est devenu un enjeu crucial dans plusieurs entreprises.

Problème identifié :

Les compagnies qui dominent leur secteur sont celles qui sont bien informées. L'intelligence d'affaires et la veille concurrentielle ne sont pas, comme le pensent certains, des pratiques illégales : elles ne sont pas de l'espionnage ou du vol de secrets industriels. Plusieurs experts confirmeront que 90 % des informations nécessaires à une entreprise pour qu'elle soit compétitive sont disponibles légalement.

Objectifs à atteindre :

L'objectif à atteindre pour les compagnies est d'utiliser la veille concurrentielle et l'intelligence d'affaires à leur avantage en rassemblant et en analysant les informations disponibles.

Solution envisagée :

Plusieurs solutions peuvent être envisagées, par exemple : des logiciels d'intelligence d'affaires pourraient être utilisés pour récupérer et analyser l'énorme quantité d'informations stockées dans des bases de données organisationnelles; les services de spécialistes en veille concurrentielle pourraient être exploités; les ex-employés des compétiteurs pourraient s'avérer également une bonne source d'information.

Mise en œuvre de la solution :

Une compagnie de télécommunication a utilisé la veille concurrentielle pour rassembler de l'information sur ses compétiteurs. Dans cette compagnie, des employés se chargeaient de collecter de l'information dans des banques d'informations, des revues scientifiques, des magazines spécialisés, des rapports annuels, dans Internet, etc. D'autres employés s'occupaient de compiler les données, de les comparer et de les analyser afin de trouver des signaux faibles de changements à venir. Cette organisation essayait aussi de récupérer de l'information en prenant part à des activités de réseautage.

Résultats atteints :

Par exemple, lors d'une activité de réseautage, la compagnie de télécommunication a réussi à recueillir plusieurs informations : elle y a d'abord appris qu'un compétiteur était prêt à vendre son entreprise, puis, lors du même événement, que le gouvernement d'un autre pays avait développé une nouvelle technologie qui serait bientôt partagée avec les compagnies privées de ce même pays, ce qui constituait pour l'organisation des renseignements précieux concernant des changements à venir dans son secteur d'activité.