

Rester compétitif sur les marchés

Référence : Foster, J. "Intelligence analysts keep tabs on competitors Commercial intelligence increasingly used as a business tool as competition tightens in the marketplace." *The Moncton Times and Transcript*, July 5, 2008.

Mots-clés : veille; concurrence; intelligence compétitive.

Contexte :

De plus en plus de compagnies ont recours à l'intelligence commerciale afin de rester concurrentielles sur les marchés. Il existe des compagnies spécialisées en gestion stratégique de l'information qui peuvent aider ces entreprises.

Problème identifié et causes du problème :

D'une part, la mondialisation a ouvert de plus grands marchés pour les entreprises et elle a aussi rendu disponible un grand volume d'information. D'autre part, les dirigeants d'organisations sont très occupés et n'ont pas le temps ou les compétences pour repérer toutes les informations importantes concernant leurs compétiteurs ou encore les signaux faibles qui peuvent refléter les tendances des marchés.

Objectifs à atteindre :

Pour qu'une entreprise reste compétitive sur les marchés, il faut, entre autres, qu'elle connaisse les capacités, les vulnérabilités et les intentions de ses compétiteurs, et elle doit également connaître son environnement informationnel, c'est ce qui lui permettra de prendre des décisions stratégiques éclairées.

Solution envisagée :

On peut faire appel à des compagnies spécialisées en gestion stratégique de l'information, comme il en existe une établie au Nouveau-Brunswick, qui a des contrats à travers le monde. On peut aussi mettre en place un département de veille concurrentielle dans l'entreprise.

Mise en œuvre de la solution :

Plusieurs stratégies sont utilisées par les professionnels de la veille concurrentielle afin de récupérer et de répertorier les informations convoitées : par exemple, examiner les différents médias d'information disponibles, effectuer des recherches sur le Web libre et dans les banques d'informations spécialisées, surveiller les dépôts de documents financiers et de brevets, regarder le site Web des compétiteurs et leurs communiqués de presse, etc.

Résultats atteints

Pour obtenir un résultat, il faut déterminer quelles sont les informations collectées critiques pour l'entreprise et par la suite effectuer un traitement et une analyse des données afin de démontrer la valeur de celles-ci aux dirigeants de l'organisation.