

Mettre en œuvre une veille concurrentielle efficace

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : VCU - Prix 2024 : 1 530€ HT

Le prix pour les dates de sessions 2025 pourra être révisé

La veille concurrentielle est un instrument d'anticipation au service de la décision et de l'action. Pour l'optimiser, vous devez savoir quelles méthodes utiliser, quels processus déployer et être à même d'exploiter les principaux outils disponibles.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Identifier les différents types de veille

Concevoir un plan de recherche

Maîtriser les outils terrain et documentaires de collecte d'informations

Mettre en place des outils de monitoring et d'analyse

Exploiter les informations pour optimiser son positionnement concurrentiel

TRAVAUX PRATIQUES

Apports théoriques, échanges de bonnes pratiques, exercices pratiques et études de cas.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 04/2024

1) Définition et type de veille

- Définition de la veille, de l'intelligence économique.
- Intérêt, avantages, inconvénients et limites de la veille.
- Types et stratégie de veille. Concurrence, réglementation, tendances. Active/passive.
- Définition de la liste des concurrents retenus.

Exercice : Définition de la typologie des concurrents et déclinaison opérationnelle sur un secteur donné.

2) Définition du plan de recherche

- Thèmes de veille : tarifs, catalogues, implantations...
- Acteurs à surveiller : analyse des cinq forces de Porter.
- Définition des besoins en informations.
- Sources à activer : internes/externes.
- Acteurs et outils de la collecte.
- Types de traitement des informations.
- Formats de restitution et mode de transmission.

Exercice : Conception d'un plan de recherche à partir de l'étude d'un cas.

3) Les outils terrains de veille

- L'achat des produits des concurrents.
- La visite des points de vente, des usines et des locaux administratifs.
- Le suivi des dépôts de brevets.
- L'abonnement aux newsletters des concurrents.
- Les entretiens clients et fournisseurs.

PARTICIPANTS

Responsable marketing, chef de produit, chargés d'études marketing, chargés de veille, responsables Intelligence économique, directeurs commerciaux.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Le missionnement d'acheteurs mystères.

Exercice : Conception d'un guide d'entretien.

4) Les outils documentaires de veille et la surveillance du Web

- La constitution du référentiel (sites Web, blogs, forums).
- L'utilisation des moteurs de recherche.
- Les sociétés de piges.
- Les abonnements : presse, newsletters, flux RSS...
- Les aspirateurs de sites.
- Les outils de gestion des favoris, de surveillance des pages web.
- Les outils de résumés et de text mining.
- Les plateformes de diffusion de contenus.
- Les outils de cartographie de l'information.
- Les logiciels spécialisés de veille globale : issus de l'intelligence artificielle, du machine learning...

Exercice : Identification de site Internet pouvant entrer dans la définition d'un référentiel pour une entreprise et présentation d'une plateforme de diffusion de contenus.

5) La valorisation des informations recueillies lors de la veille

- Le classement des informations : signaux forts/faibles.
- Les notes d'étonnement.
- Les SWOT par concurrent.
- Les mappings de positionnement concurrentiel.
- L'analyse des groupes stratégiques.
- Les tableaux comparatifs et critères de comparaison.

Exercice : Construction des dimensions structurantes d'un mapping et positionnement d'entreprises.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 14 nov.

2025 : 20 févr., 02 juin, 15 sept.,
08 déc.

PARIS

2025 : 13 févr., 26 mai, 08 sept.,
01 déc.