

## La veille stratégique

### La naissance des projets

Faire émerger des projets dans l'entreprise, c'est d'abord avoir une bonne visibilité de l'évolution de son environnement. La veille stratégique doit procurer cette visibilité.

### Qu'est-ce que la veille stratégique

La veille stratégique vise à surveiller l'environnement global de l'entreprise en vue d'anticiper les menaces et les opportunités à moyen et long terme. C'est la recherche, le traitement et la diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements susceptibles d'orienter les décisions stratégiques.

*Voir, dans les  
frémissements du  
temps, les orages à  
venir et les soleils  
nouveaux.*

*Imre Lisztáf*

**La veille technologique** s'intéresse aux produits et aux procédés de fabrications. Elle consiste à surveiller les dépôts de brevets, l'évolution des normes, l'évolution des technologies, les ruptures technologiques, les procédés de fabrication, la recherche fondamentale, les articles scientifiques, les thèses, les rapports scientifiques.

**La veille marketing** s'intéresse aux marchés de l'entreprise. Cette veille consiste à surveiller : l'évolution de son marché, le comportement des consommateurs, les axes de communication des concurrents, les retombées d'une campagne de communication... Cette veille permet : d'identifier de nouveaux marchés, de proposer des produits nouveaux à ses clients, d'accompagner le lancement d'un nouveau produit...

**La veille commerciale** consiste à surveiller : son circuit de distribution, l'actualité de ses clients, leur santé financière, leurs besoins, les appels d'offres privés et publics. d' identifier de nouveaux prospects, de suivre l'actualité de ses fournisseurs, leur santé financière, la sortie de nouveaux produits fournisseurs, d'optimiser ses achats (délais, prix, etc.), de retrouver rapidement une source d'approvisionnement en cas de défaut d'un fournisseur

**La veille d'image** s'intéresse à l'image, à la notoriété de l'entreprise ou d'une de ses marques. Cette veille consiste à surveiller : les rumeurs, les mécontentements, les retombées d'une campagne de communication, les retombées des communiqués de presse, les forums de discussion, les sites d'avis de consommateurs. Cette veille permet de mesurer: l'impact d'une campagne de communication, la satisfaction des clients, la notoriété d'une marque, d'un produit.

**La veille concurrentielle** s'intéresse aux concurrents directs et indirects, actuels et potentiels. Cette veille consiste à surveiller : leur stratégie, leur politique tarifaire, leurs nouveaux produits ou services, leurs résultats financiers, leurs recrutements, leurs clients, leurs nouveaux contrats, leurs communiqués ou articles de presse, leurs accords, partenariats, rachats, alliances, l'arrivée de nouveaux concurrents. Cette veille permet d'ajuster son argumentation commerciale, de mettre en place des stratégies commerciales plus efficaces, d'identifier les concurrents les plus menaçants.

**La veille sociétale** s'intéresse aux aspects socio-économiques, politiques, géopolitiques et socioculturels de la société. Cette veille est aussi appelée veille socio-politique ou veille environnementale. Cette veille vise à surveiller : l'évolution des moeurs et des mentalités, le comportement des consommateurs, l'environnement, les risques (désordres, conflits, etc.) les mouvements sociaux, les mouvements de protestation, le dépôt de pétitions.

**La veille juridique** consiste à surveiller les brevets, marques et modèles déposés par les concurrents et plus généralement par tous les acteurs opérant sur des domaines ayant un rapport avec l'activité de l'entreprise.

**La veille réglementaire** consiste à surveiller : les lois et décrets, la jurisprudence, les débats parlementaires, les propositions de lois, les propositions patronales, la fiscalité. Cette veille permet d'anticiper tout changement lié à l'adoption d'un texte de loi, de pénétrer, en toute légalité, des marchés étrangers soumis à des règles nationales spécifiques