

Se développer par la veille stratégique et commerciale

PUBLIC



Dirigeant, responsable achat, méthodes, R&D, maintenance, chargé de mission, chargé de projet, chargé d'étude. Toute personne concernée par la recherche d'informations commerciales Accessible aux personnes en situation de handicap.

PRÉREQUIS

Aucun.

OBJECTIFS



Comprendre les enjeux d'une veille sur ses principaux partenaires et concurrents.

APTITUDES

Capacité à décrire une situation claire et précise.
Capacité à apporter une vision nouvelle.
Capacité de synthèse et d'analyse.
Capacité à diffuser de l'information.

COMPÉTENCES VISÉES

Acquérir des compétences dans la mise en place d'une veille interne et externe.
Animer les différents acteurs et réseaux sources d'information.
Identifier les vulnérabilités de l'Entreprise.
Identifier et mesurer les impacts d'un projet d'Intelligence Economique (IE).
Être capable d'évaluer les coûts d'un projet d'IE et les retours sur Investissement (ROI).

MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.
Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

DURÉE



Durée : 1 jour | Délai d'accès : sur demande

TARIF

A partir de 350 euros par personne / jour

MODALITÉS

Présentiel/ à distance/ mixte

PROGRAMME

La veille commerciale dans la stratégie commerciale

- Définir les axes de veille à partir des axes stratégiques
- Définir les cibles commerciales
- Prise en compte des ressources et compétences disponibles

La veille

- Le processus de veille
- Mettre en place une organisation autour de la collecte d'information
- Définir un cahier des charges
- Choisir les outils adaptés à l'entreprise

La veille un processus itératif et continu

- Exploitation des informations
- Utilisation des informations pertinentes pour la démarche commerciale et la prospection
- Adaptation de la demande en information
- Prise en compte de nouveaux axes de veille
- Retour sur expérience

La capitalisation et la protection de l'information

- Organisation de l'information
- Les erreurs à éviter

L'Entreprise face à son environnement

- Les différents acteurs influant l'activité de l'entreprise
- La maîtrise de son environnement grâce à la démarche d'intelligence économique
- Les différentes sources d'informations

Comment connaître l'évolution de ses fournisseurs ?

- Surveiller la situation financière de ses fournisseurs
- Identifier leurs projets et axes d'innovation
- Identifier de nouveaux fournisseurs

Comment surveiller ses concurrents, identifier de nouveaux entrants ?

- Pourquoi mieux connaître ses concurrents ?
- Identifier de nouveaux entrants
- Les agents intelligents de surveillance sur Internet
- Mise en place d'une veille concurrentielle, cartographie des concurrents

La protection des informations, de son patrimoine

- Les menaces accidentelles, intentionnelles
- Les conséquences des attaques externes
- Sécuriser le transfert et l'accès aux informations
- Protéger son patrimoine vis-à-vis de ses concurrents au travers de la propriété intellectuelle
- Connaître la démarche de protection de ses concurrents

La justification d'un système d'IE

- Les dimensions d'un système d'Intelligence Economique (IE)
- Analyse des impacts dans l'Entreprise
- Son inscription dans le plan stratégique, le schéma directeur
- Quels sont les coûts d'investissement ?

Comment évaluer le ROI en IE ?

- Quels sont les gains attendus, générés, induits ?
- Le Business Plan d'un Projet de mise en place d'une Cellule de veille
- Le ROI de la construction d'un système d'Intelligence Economique
- Les potentiels d'un système d'Intelligence Economique