

Correction chapitre 1

1. Les étapes de la veille commerciale

UrbanBike peut structurer sa veille commerciale en suivant ces 5 étapes avec des exemples concrets :

a) Définir les besoins et objectifs de la veille :

Exemple : UrbanBike souhaite surveiller les nouveaux modèles connectés lancés par ses concurrents et identifier les attentes des consommateurs en matière d'écologie et de personnalisation.

b) Collecter les informations pertinentes :

Exemple : Rechercher des articles spécialisés, analyser les sites web et réseaux sociaux des concurrents, participer à des salons du vélo électrique, interroger les clients via des enquêtes.

c) Traiter et analyser les informations recueillies :

Exemple : Comparer les fonctionnalités des nouveaux modèles concurrents, synthétiser les retours clients sur leurs besoins écologiques et de personnalisation.

d) Diffuser les résultats aux décideurs :

Exemple : Préparer un rapport mensuel synthétique envoyé à la direction et à l'équipe marketing avec des recommandations stratégiques.

e) Mettre à jour et ajuster la veille :

Exemple : Affiner les sources d'information en fonction des retours reçus, intégrer de nouvelles tendances observées (ex : développement durable, innovations technologiques).

2. De la veille à l'intelligence économique

a) Différence principale entre veille commerciale et intelligence économique :

- La **veille commerciale** se concentre sur la collecte et l'analyse d'informations liées au marché, aux concurrents et aux clients.
- L'**intelligence économique (IE)** est une démarche plus large qui inclut la veille, mais aussi la protection des informations stratégiques de l'entreprise (sécurité économique) et l'utilisation proactive de ces informations pour influencer le marché (actions offensives et défensives).

b) Exemple d'action défensive et offensive pour UrbanBike :

- **Action défensive** : Protéger ses innovations technologiques (brevets) et renforcer la sécurité informatique pour éviter les fuites d'informations.
- **Action offensive** : Lancer une campagne marketing mettant en avant l'aspect écologique et personnalisable de ses vélos pour se différencier des concurrents.

3. L'intérêt de l'intelligence économique pour UrbanBike

a) Trois intérêts de l'IE pour UrbanBike :

1. Anticiper les évolutions du marché et des attentes clients pour rester compétitif.
2. Repérer les menaces concurrentielles et protéger ses innovations.
3. Identifier de nouvelles opportunités de développement ou de partenariats.

b) Comment l'IE peut aider UrbanBike à innover :

L'IE fournit une compréhension approfondie des tendances technologiques, des besoins clients et des mouvements des concurrents. Grâce à ces informations, UrbanBike peut adapter ses produits, développer des fonctionnalités innovantes (ex : personnalisation via application connectée) et lancer des projets en phase avec les attentes du marché, renforçant ainsi son avantage concurrentiel.