

Thème N°3 : La veille commerciale.

La **veille marketing** est la recherche, le traitement et la diffusion (en vue de leur exploitation) de renseignements relatifs aux produits et marchés de l'entreprise. La veille est donc une pratique indispensable dans l'action mercatique puisqu'elle permet à l'entreprise de prendre des décisions en vue de s'adapter et d'anticiper les évolutions du marché.

La veille est appelée aussi intelligence économique. C'est une transposition de l'anglais intelligence, qui signifie renseignement.

L'extrait du B.O. point 1.2 précise que : « *la démarche mercatique implique de recueillir, d'organiser, de structurer, de traiter et de diffuser des informations pour comprendre le marché et agir en fonction des finalités de l'organisation* ».

« *Mettre en place un système d'information permettant de surveiller et d'analyser la demande, la concurrence et l'environnement apparaît comme la conséquence directe de l'état d'esprit mercatique* »

« *Collecter, stocker, traiter et diffuser l'information commerciale, d'une manière permanente et régulière, nécessite un système d'information mercatique (SIM)* »

Le programme amène donc à analyser les différents types de veille commerciale : veille concurrentielle, veille technologique et veille environnementale.

Le thème d'étude porte sur l'analyse de la veille commerciale. Il est important de ne pas faire du hors sujet en analysant uniquement :

- la veille concurrentielle qui porte principalement sur la connaissance des concurrents, leurs politiques de prix ou les risques de substitution pour l'activité de l'entreprise,
- la veille technologique qui concerne la recherche fondamentale, la recherche appliquée, les brevets, les normes ou les processus de production,
- la veille environnementale qui porte sur la macroéconomie, la réglementation, et l'évolution politique, sociale et culturelle.

La **veille commerciale** porte sur l'évolution des goûts et des besoins des clients, plus globalement sur l'évolution de la demande pour l'entreprise. Pour un fabricant, elle concerne aussi bien les clients finals que les distributeurs.

Si le libellé du thème d'étude n'évoque que la veille commerciale, il semble cependant cohérents d'élargir l'analyse en évoquant aussi les autres types de veille, surtout lorsqu'elles permettent d'identifier ou de mieux comprendre l'évolution des goûts et besoins des consommateurs de l'entreprise

De même, il sera pertinent de repérer et d'analyser les outils de veille que peuvent mettre en place les entreprises pour effectuer leur veille commerciale.

Le sujet traité devra donc montrer la pertinence des outils de veille mis en place et l'utilisation qu'il peut en être fait au travers d'exemples concrets.

L'analyse ne doit pas porter uniquement sur une entreprise particulière, mais sur une branche d'activité commerciale. Différentes entreprises de la branche d'activité seront ainsi pris en exemple pour illustrer l'étude. Vous pouvez cependant vous servir de données recueillies auprès d'entreprises pour illustrer et argumenter votre sujet d'étude.

Ce que vous devrez analyser pour votre sujet d'étude sur la veille commerciale :

Après avoir choisi le thème et l'objet d'étude, vous devrez vous concentrer sur les moyens de mener une **veille commerciale en mercatique**.

Différenciez bien les points qui relèvent de la **veille concurrentielle**, de la **veille technologique** et de la **veille environnementale**, afin d'éviter de vous perdre et de faire un hors sujet dans votre **sujet d'étude**.

Vous devrez vous intéresser aux outils utilisés pour la **veille commerciale** et à leur pertinence en fonction des objectifs visés.