

## A1 - Soutenir le fonctionnement et le développement de la PME

### Activité 3 – Participation au développement commercial nationale ou international de la PME

## Chapitre 8 – La veille commerciale et le suivi de l'évolution du marché de l'entreprise

### Problématique

L'entreprise doit constamment innover et s'adapter à son marché. Elle doit être particulièrement vigilante en ce qui concerne les attentes et les avis des clients actuels et potentiels ainsi qu'à ce que font ses concurrents. Cette surveillance ou veille du marché ne doit pas être incidente mais doit être intégrée à la gestion quotidienne de l'entreprise.

La veille commerciale et la surveillance du marché se fait beaucoup sur Internet, par la consultation régulière des sites d'informations et des sites des concurrents. Elle peut être facilitée voir automatisée en programmant des recherches automatiques sur le Web ou en utilisant l'IA générative. Mais il ne faut pas oublier les démarches directes sur les salons, les foires, les discussions informelles sur les points de ventes avec les clients, les concurrents et l'analyse des produits concurrents.



### Sommaire (5 h 35)

Sommaire (5 h 35)		
<b>Problématique</b>	1	
<b>Introduction</b>		
QCM	2	10'
Réflexion 1 : Paramétrer une recherche sur Google Alertes	3	15'
Réflexion 2 : Justifier une veille commerciale	4	20'
Réflexion 3 : Les apports de l'IA générative à la veille commerciale	5	20'
Réflexion 4 : Rédiger un Prompt pertinent	6	30'
Réflexion 5 : Rechercher avec l'IA générative	7	30'
<b>Missions professionnelles</b>		
1. Rechercher des informations commerciales sur Internet	8	1 h 10'
2. Programmer une veille automatique sur Google Alerte et netvibes	10	40'
3. Chiffrer le coût d'une veille commerciale sous-traitée	11	1 h 00'
4. Réaliser une étude de marché avec l'IA Générative	12	50'
<b>Ressources</b>		
1. Rechercher : quoi ?	13	
2. Rechercher : où ?	13	
3. Rechercher : comment ?	14	
4. Rechercher : quand ?	16	
5. Fiches ressources		
Gérer les flux RSS	17	
Programmer Google alerte	18	
Utiliser netvibes	20	
<b>Bilan de compétences</b>	21	

## Introduction

### Chapitre 8 – Veille commerciale et suivi des marchés QCM

Questions	Avant	Réponses	Après
<b>Question 1</b> La veille commerciale consiste à	<input type="checkbox"/>	Surveiller les concurrents	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Identifier les attentes des clients	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Surveiller les représentants de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Identifier les nouveautés	<input type="checkbox"/>
<b>Question 2</b> La veille commerciale est une priorité pour	<input type="checkbox"/>	Les employés	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Le service recherche et développement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Les commerciaux	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	La direction	<input type="checkbox"/>
<b>Question 3</b> La veille doit se faire	<input type="checkbox"/>	Dans les réseaux sociaux	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Dans la presse papier	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sur le Web	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sur le terrain	<input type="checkbox"/>
<b>Question 4</b> Une entreprise locale doit privilégier les informations diffusées	<input type="checkbox"/>	À l'échelon communal	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	À l'échelon départemental	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	À l'échelon régional	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	À l'échelon national	<input type="checkbox"/>
<b>Question 5</b> En dehors du Web les informations peuvent provenir des sources suivantes	<input type="checkbox"/>	Les salons	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Les foires	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Le SAV	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Les achats de produits concurrents	<input type="checkbox"/>
<b>Question 6</b> La veille commerciale est également appelée	<input type="checkbox"/>	Veille informationnelle	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Veille concurrentielle	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Veille conversationnelle	<input type="checkbox"/>
<b>Question 7</b> Les avis des internautes sont obtenus	<input type="checkbox"/>	Sur les réseaux sociaux	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Dans le courrier des lecteurs	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sur les blogs	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Sur les forums de discussion	<input type="checkbox"/>
<b>Question 8</b> Une personne qui a beaucoup de followers sur le web est	<input type="checkbox"/>	Un conseillé	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un influenceur	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un abonné	<input type="checkbox"/>
<b>Question 9</b> Un influenceur est	<input type="checkbox"/>	Un abonné	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un critique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un prescripteur	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un manipulateur	<input type="checkbox"/>
<b>Question 10</b> Netvibes	<input type="checkbox"/>	Est une application en ligne	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Est un agent intelligent	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Réalise une syndication de contenus	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un site Web	<input type="checkbox"/>
<b>Question 11</b> L'IA générative	<input type="checkbox"/>	Renvoie une liste de sites	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Renvoie une réponse structurée	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Renvoie le site les plus pertinent	<input type="checkbox"/>

## Réflexion 1 – Paramétrer une recherche sur Google Alertes

Durée : 15'



Source

### Travail à faire

Répondez aux questions qui vous sont posées puis réalisez les manipulations demandées.

#### Identifiez des mots clés

1. Quelle est votre activité préférée ? : .....
2. Quel est votre chanteur ou groupe préféré ? : .....
3. Quel est votre club de football préféré ou votre joueur préféré ? : .....

#### Programmation de Google Alertes

4. Ouvrez Google Alertes en recherchant « google alertes » sur Google.
5. Programmez une recherche sur un des mots clés que vous avez identifié précédemment.
6. Saisissez votre adresse mél dans la fenêtre qui est affichée.

Alertes

Recevez des alertes lorsque du contenu susceptible de vous intéresser est publié sur le Web

mbappé

Saisissez une adresse e-mail

Créer l'alerte

Afficher les options

7. Paramétrez les options de l'alerte en cliquant le lien : **Afficher les options**.

Alertes

Recevez des alertes lorsque du contenu susceptible de vous intéresser est publié sur le Web

mbappé

Fréquence: Une fois par jour maximum

Sources: Automatique

Langue: français

Région: Toutes les régions

Nombre de résultats: Seulement les meilleurs résultats

Saisissez une adresse e-mail

Créer l'alerte

Masquer les options

8. Validez l'alerte en cliquant le bouton : **Créer l'alerte**.

## Réflexion 2 – Justifier la veille commerciale

Durée : 20'	 ou 	Source
-------------	--	--------

### Travail à faire

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. Dans quel cas est-il particulièrement important de réaliser une veille commerciale ?
2. Quels sont les éléments à surveiller ?
3. En quoi est-ce une arme redoutable ?

### **Doc.** Veille commerciale et marketing

Source : <https://www.manager-go.com/>

Lorsque l'on souhaite **commercialiser de nouveaux produits, la veille marketing et commerciale est l'un des leviers à utiliser en amont** d'une telle démarche. Il est évident qu'il en va de même lorsque l'on parle de services. Toutes les informations relatives à l'environnement plus ou moins proche des produits ou services que l'on désire lancer se doivent d'être collectées, qualifiées et diffusées de manière efficace et opportune.

Les éléments à surveiller sont ainsi multipliés à foison : études de marché, surveillance des clients, de leurs habitudes, **analyse des offres concurrentielles**, tour d'horizon détaillé des fournisseurs et sous-traitants potentiels... **Tout autant d'informations qui vont permettre une anticipation de l'évolution du marché ciblé et qui seront gages d'une compétitivité accrue.**

D'autant que ce type de veille est aisé à mettre en place car toutes ces informations sont relativement faciles à dénicher et répertorier. Ce qui en fait l'un des outils marketing les plus opérationnels en termes d'efficacité et de retour sur investissement.

C'est également **une arme redoutable face à la concurrence**. En effet, l'entreprise qui a mis en place une telle approche bénéficiera d'un temps d'avance non négligeable sur ses concurrents en se tenant perpétuellement au fait de l'évolution de ses marchés et des nouveautés. De plus, une meilleure connaissance de l'environnement de ses produits ou services induira une offre sans cesse adaptée aux besoins de ses clients. En permettant d'anticiper leurs attentes, la veille commerciale offre ainsi une vue sur le long terme. Elle **accélère et facilite la prospection de nouveaux fournisseurs, marchés, etc.** correspondant à des attentes clients.

Bref : elle va fournir à l'entreprise la possibilité de **se positionner** au mieux en fonction de tous les éléments recueillis et de maximiser l'**efficacité de sa force de vente**.

## Réflexion 3 – Les apports de l'IA générative à la veille commerciale

Durée : 20'



Source

### Travail à faire

Après avoir lu le document, répondez aux questions suivantes :

1. En quoi l'IA générative peut faire gagner du temps ?
2. Qu'appelle-t-on des signaux faibles ?
3. Quel est l'intérêt d'obtenir une synthèse de données complexes ?
4. En quoi l'IA générative permet de prendre de meilleures décisions ?
5. Les IA génératives permettent-elles de programmer des recherches automatiques ?

### **Doc.** L'IA générative révolutionne la veille commerciale

Source : ChatGPT et Gemini

En intégrant l'IA générative dans leurs processus de veille commerciale, les entreprises peuvent améliorer leur capacité à détecter les opportunités, à anticiper les défis et à prendre des décisions plus informées et stratégiques.

L'intégration de l'intelligence artificielle générative (IA générative) dans la veille commerciale peut offrir plusieurs avantages significatifs :

1. **Génération de contenus personnalisés** : L'IA générative peut créer du contenu spécifique en fonction des besoins et des préférences des utilisateurs, ce qui peut être utile pour générer des rapports, des analyses ou des résumés adaptés à chaque utilisateur.
2. **Synthèse de données complexes** : L'IA générative peut analyser de vastes ensembles de données et les synthétiser en informations exploitables. Cela permet une compréhension plus rapide et approfondie des tendances du marché, des comportements des consommateurs et des opportunités commerciales.
3. **Scénarios de simulation** : Les systèmes d'IA générative peuvent simuler différents scénarios commerciaux en utilisant des modèles probabilistes, aidant ainsi les entreprises à anticiper les changements du marché et à prendre des décisions plus éclairées.
4. **Créativité augmentée** : L'IA générative peut être utilisée pour générer des idées nouvelles et innovantes en matière de produits, de marketing ou de stratégies commerciales, en aidant les entreprises à rester compétitives sur le marché.
5. **Détection de signaux faibles** : En analysant de grandes quantités de données provenant de diverses sources, l'IA générative peut détecter des signaux faibles ou des tendances émergentes qui pourraient avoir un impact sur les activités commerciales, permettant ainsi aux entreprises d'adapter leur stratégie en conséquence.
6. **Automatisation des tâches de veille** : L'IA générative peut automatiser certaines tâches de veille, telles que la collecte et l'analyse de données, ce qui permet aux professionnels de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

**En conclusion, l'IA générative est un outil puissant qui peut transformer la veille commerciale en la rendant plus efficace, plus précise et plus stratégique.**

**Voici quelques exemples concrets d'utilisation de l'IA générative dans la veille commerciale :**

- Un grand groupe de distribution utilise l'IA pour analyser les avis clients et identifier les produits qui font l'objet de critiques négatives.
- Une start-up utilise l'IA pour générer des leads qualifiés en analysant les données des réseaux sociaux.
- Un cabinet de conseil utilise l'IA pour créer des rapports personnalisés sur les tendances du marché pour ses clients.

## Réflexion 4 – Rédiger un prompt efficace

Durée : 30'



Source

### Travail à faire

Après avoir lu l'article répondez aux questions suivantes et réalisez le travail demandé

1. En quoi la relation avec l'IA générative est différente de la relation avec un moteur de recherche ?
2. Quelles sont les éléments clés de cet article ?
3. Pourquoi personnaliser la relation à l'IA ?
4. Vous souhaitez faire un rapport sur un concurrent, proposez un prompt.

### Doc. Comment rédiger des prompts efficaces ?

Le prompt sert de médiateur entre la volonté du prescripteur et la capacité de synthèse de l'IA. La pertinence des réponses résulte largement de la qualité du prompt qui est transmis et des interactions qui en résultent. Le prescripteur doit adopter les bonnes pratiques pour rédiger des prompts efficaces afin d'orienter la conversation vers les objectifs attendus.

Le processus de création d'un prompt peut être décomposé en plusieurs étapes :

1. L'utilisateur rédige une demande sous la forme d'une question ou d'une demande d'information.
2. L'IA analyse l'entrée et utilise des algorithmes pour générer une réponse.
3. La réponse est renvoyée à l'utilisateur sous la forme d'un texte rédigé et structuré.
4. L'utilisateur peut affiner sa recherche en fonction de la réponse, en demandant des approfondissements ou des précisions. L'IA analyse la demande puis y répond dans un dialogue interactif jusqu'à la fin de la conversation.

Les étapes suivantes, vous permettront de créer des prompts qui généreront des réponses pertinentes.

1. **Identifier la tâche et l'objectif de votre prompt** : Avant de rédiger le prompt, il faut identifier le travail qui devra être réalisé par l'IA et le ou les résultats attendus. Lorsque ces éléments sont clairement définis, il devient plus facile de rédiger un prompt pertinent.

#### Deux approches

- La **technique des tiroirs** consiste à découper la recherche en plusieurs sections (tiroirs) puis à faire un prompt par tiroir à remplir. Les différentes réponses remplissent progressivement tous les tiroirs. Cette technique est plus longue mais plus simple pour les débutants.
- Le **prompt unique** consiste à regrouper dans un même prompt tous les éléments de la recherche. Cette technique fait gagner du temps mais elle exige une réflexion plus importante en amont de la rédaction du prompt.

2. **Soyez précis dans votre rédaction** : Ne posez pas une question générale, mais une question précise et donnez des instructions claires. Le prompt doit être rédigé avec des phrases complètes qui donnent un maximum d'informations et de détails sur la réponse attendue.
3. **Utiliser un langage clair** : Rédigez le prompt en langage naturel, N'utilisez pas de mots difficiles ou ambigus, qui peuvent embrouiller l'IA. La qualité de la réponse dépend de la qualité des données fournies, si votre prompt n'est pas clair, la réponse ne le sera pas non plus.
4. **Fournir un contexte et des détails** : Pour que l'IA propose une bonne réponse, il doit connaître le contexte du prompt. Donnez-lui suffisamment d'informations générales pour l'aider à comprendre le sujet ou le scénario que vous présentez. Le prompt doit être détaillé, clair et ciblé, afin d'aider l'IA à construire une réponse dont les résultats seront pertinents et utiles.
5. **Pensez à la longueur du prompt** : Un prompt long contient plus de contexte et de détails, mais il peut être plus difficile à comprendre par l'IA. Une question plus courte peut être plus facile à comprendre, mais elle peut manquer d'informations pour une bonne réponse. Si vous attendez des détails, écrivez des prompts plus longs.
6. **Instaurer un dialogue avec l'IA** : Après avoir rédigé votre prompt, vous allez le tester et voir les résultats. Si le résultat n'est pas celui prévu, ajustez votre demande et relancez l'IA. Procédez ainsi autant de fois que nécessaire jusqu'à ce que vous obteniez la réponse souhaitée complète.

#### Astuce « agis en tant que... »

Considérez l'IA comme une personne à votre service. Personnalisez la relation et n'hésitez pas à lui dire « agis en tant que ». Cette technique crée des conversations plus engageantes et immersives, plus proche d'une communication humaine. *Exemple* : « Je veux que vous agissiez comme un agent de voyage. Pouvez-vous me recommander quelques destinations de vacances en fonction de mes préférences [Listes des préférences] ? ». vous donnez ainsi une direction précise à la conversation.

## Réflexion 5 – Rechercher avec une IA générative

Durée : 30'



Source

### Travail à faire

#### Recherches comparées

1. Recherchez les producteurs de bières artisanales à l'aide de Google ou Bing.
2. Réalisez la même recherche avec Gemini.
3. Réalisez la même recherche avec ChatGPT.
4. Réalisez la même recherche avec Bing Copilot

#### Réaliser les recherches suivantes concernant le marché de la voiture électrique.

Ce travail peut être fait avec ChatGPT, Gemini ou Bing Copilot

1. Que pensent les utilisateurs des voitures électriques ?
2. Quelle est l'évolution du marché des voitures électrique en France et en Europe ?
3. Quels sont les modèles de voitures électriques les plus vendus en France et en Europe ?
4. Quels sont les prix de ces modèles électriques ?
5. Comment devrait évoluer les marché de l'automobile électrique dans les années à venir en France et à l'étranger ?
6. Quelle est la meilleur stratégie pour prendre pied sur ce marché ?



2. Rédigez le prompt à utiliser sur une IA Générative et réalisez la recherche sur le Wzb.
3. Recherchez les savons qui existent déjà sur le marché pour les fleurs indiquées ci-dessus, indiquez la page web source et la raison sociale et l'adresse de l'entreprise qui le fabrique. Attention ne confondez pas fabricant et vendeur ou site de e-commerce.

Savons	Pages web	Remarques	Fabricants
Reine des prés			
Saxifrage			
Ancolie			
Alchémille			
Genépi			
Chardon bleu			
Edelweiss			
Aster			

4. Présentez dans un rapport les résultats de votre recherche.

<b>Mission 2 – Programmer une veille automatique sur Google Alerte et netvibes</b>		
Durée : 50'	 ou 	Source

## Contexte professionnel

La société **S.I.-Tech** est spécialisée dans les technologies numériques. Elle commercialise des solutions informatiques auprès des entreprises (matériels, logiciels, réseaux, formations...). C'est un secteur qui est confronté à des innovations constantes et rapides.

M. Larrieux lit régulièrement la presse spécialisée mais trouve ce travail long et fastidieux. Par ailleurs, il redoute toujours de passer à côté d'informations importantes. Cette situation le stresse beaucoup. Il vous demande de lui faire des propositions destinées à mettre en place une veille commerciale et technologique afin d'être informé rapidement

- de toutes les innovations et nouveautés qui concernent les technologies numériques ;
- de l'actualité de certaines d'entreprises qui sont à la fois nos fournisseurs (Microsoft, Dell, Asus, Lenovo, Acer, SAP, Cegid) mais qui peuvent également être nos concurrents sur certains marchés.

M. Larrieux a entendu parler de moteurs de recherche performants qui permettent de programmer des requêtes automatiques sur internet à partir de mots clés et qui renvoient chaque jour les articles intéressants qui concernent les mots clés programmés. Il vous demande de lui expliquer en quoi consiste ces solutions numériques et de les mettre en œuvre sur quelques mots clés pour tester le projet.

Pour faire un test il vous demande de mettre en place une veille sur les serveurs informatiques car ces matériels évoluent rapidement, sur Windows 10, qui est l'application que l'entreprise installe le plus dans les entreprises et enfin sur les ERP (ou PGI) et plus particulièrement ceux conçus par SAP et Cegid avec le produit YourCegid.

## Travail à faire

1. Dressez une liste des mots-clés à paramétrer dans les moteurs de recherche.
2. Rédigez le prompt à utiliser avec une IA générative.

### Google Alerte

3. Paramétrez les mots-clés dans Google alertes.

### Netvibes

4. Recherchez 3 flux RSS auprès de journaux ou revues différentes qui concernent les technologies numériques.
5. Créez un compte netvibes à votre nom.
6. Créez un onglet que vous nommerez **Veille numérique**.
7. Paramétrez l'affichage des 3 flux RSS que vous avez identifié précédemment dans cet onglet.

<b>Mission 3 – Chiffrer le coût d'une veille commerciale sous-traitée</b>		
Durée : 1 h	 ou 	Source

### Contexte professionnel

M. Larrieux a entendu parler d'entreprises spécialisées capables d'assurer la veille pour les entreprises qui n'ont pas de temps à y consacrer. Ces solutions sont payantes.

Il souhaite que vous lui trouviez des entreprises qui réalisent ce type de prestations et que vous lui indiquiez le coût de ces services.

Il vous demande de lui faire parvenir les informations suivantes :

- Le prix des services Netvibes pour avoir une veille améliorée ;
- Le nom d'une société et le prix d'une veille commerciale traditionnelle ;
- Le nom d'une société et le prix d'une veille commerciale sur les réseaux sociaux.

### Travail à faire

1. Recherchez les prix des solutions proposées par netvibes et les caractéristiques de chaque offre.
2. Recherchez une entreprise qui effectue de la veille commerciale et indiquez les prix et les caractéristiques de la solution proposée ainsi qu'un commentaire sur l'application.
3. Recherchez une entreprise qui effectue de la veille commerciale sur les réseaux sociaux et indiquez les prix et les caractéristiques de la solution proposée.

<b>Mission 4 – Étudier l'évolution d'un marché avec une IA générative</b>		
Durée : 50'	 <span style="font-size: 2em; vertical-align: middle;">ou</span> 	Source

## Contexte professionnel

La société Alpes-Drones est spécialisée dans la commercialisation, l'adaptation et la maintenance de drones professionnels. Elle est implantée à Grenoble au cœur des Alpes et son dirigeant est M. Tardy. Elle. Sa clientèle est constituée principalement de professionnels de la sécurité, de la surveillance, de la photographie, de la vidéo, de l'agriculture.

Elle achète des drones professionnels puis les adapte aux demandes des entreprises par l'ajout de dispositifs techniques et d'applications dédiés à des tâches spécifiques à certains métiers :

- Drones de recherche de personnes emportées dans des avalanches et sur des drones pouvant lâcher des explosifs pour purger les faces où il existe des risques d'avalanches ;
- Drones de surveillance des lignes électriques ou des barrages (ERDF) ;
- Drones de vidéo-surveillances capables de prendre des photos en hautes résolutions ;
- Drones de cartographie des terrains agricoles pour optimiser les traitent phytosanitaires.



Le marché devient difficile. La concurrence chinoise est de plus en plus forte sur les drones d'entrée et de moyenne gamme avec des tarifs très concurrentiels. M. Tardy reste combatif et il est persuadé qu'il existe des niches dans lesquelles les fabricants Européens peuvent faire des affaires et gagner de l'argent avec des drones adaptés à des missions spécifiques. Parmi elles, il pense à des drones de livraison destinés à ravitailler des refuges, des restaurants ou des hôtels d'altitude d'accès difficile. Il imagine des drones pouvant emporter des charges de 500 Kg maximum et qui pourraient remplacer les hélicoptères dont les coûts des rotations sont élevés et la disponibilité parfois aléatoire.

Pour ce projet M. Tardy envisage de créer une filiale en partenariat avec un industriel local qui pourrait prendre en charge la construction de la structure des drones et Alpes-Drones prendrait en charge les batteries, les moteurs, l'électronique et la télécommande à longue distance.

Avant de se lancer dans ce projet, M. Tardy souhait disposer d'informations complémentaires sur l'évolution du marché en ce qui concerne les nouvelles tendances concernant les drones de transport et les innovations ou évolutions techniques qui concernent ces drones capables de transporter des charges de 500 kg. Si ce type de drone existe il souhaite savoir qui les produits, à quels prix et quels sont leurs forces et faiblesses.

## Travail à faire

Réalisez l'étude demandé par M. Long en réalisant vos recherche à l'aide d'une IA Générative de vote choix.

1. Rédigez le ou les prompts que vous allez utiliser.
2. Restituez votre travail dans un rapport destiné à M. Tardy.

## Ressources

### 1. Rechercher : quoi ?

L'entreprise doit mettre en place une politique et des outils de surveillance pour capter toutes les informations susceptibles de modifier son environnement. Ces informations concernent les **produits et services** commercialisés par l'entreprise ; les **concurrents** (actualités, innovations, promotions, investissements, etc.) ; les **besoins et attentes** des clients.

Elle doit identifier les **mots-clés** à utiliser lors des recherches dans les **moteurs de recherche** ou rédiger le ou les **prompts** qui seront utilisés afin de réaliser une recherche sur une **IA Générative**.

#### Attention

- une recherche systématique et constante sur tous les mots-clés peut prendre beaucoup de temps et aboutir à une saturation d'informations dont il est difficile d'extraire les plus intéressantes. Il faut hiérarchiser les mots-clés de façon à concentrer les requêtes sur les thèmes les plus importants pour l'entreprise.
- Les résultats produits par les IA génératives doivent être contrôlés et validés avant diffusion dans la mesure où elles peuvent contenir des hallucinations qui sont des informations fausses créées par l'IA.

### 2. Rechercher : où ?

La veille est de plus en plus réalisée sur Internet à l'aide des moteurs de recherche ou des IA Génératives. Mais de nombreuses informations peuvent être collectées dans l'entreprise.

Sources internes	Sources externes	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Statistiques commerciales</li> <li>– Avis des clients actuels,</li> <li>– Avis des représentants,</li> <li>– Information du service après ventes (SAV).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sites Internet,</li> <li>– Réseaux sociaux,</li> <li>– Lettre d'information,</li> <li>– Clientèle,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Statistiques INSEE,</li> <li>– Syndicats professionnels,</li> <li>– Entreprises spécialisées.</li> </ul>

#### 2.1. Presse<sup>1</sup> régionale, locale, nationale

Selon son activité, l'entreprise recherchera des informations dans la presse qui couvre le mieux son marché. Si l'entreprise a un marché local elle privilégiera la presse locale, si son marché est national ou international, elle privilégiera la presse nationale et internationale (Le monde, les Échos, le Times...).



#### 2.2. Presse spécialisée

Elle est spécialisée dans un secteur d'activité particulier (bâtiment, électronique, aéronautique, chimie, etc.). Elle communique sur les innovations, les évolutions des marchés, la concurrence, les décisions politiques ou syndicales, les lois, règlements et décrets qui peuvent avoir des conséquences sur l'activité de l'entreprise.



#### 2.3. Sites web des concurrents

L'entreprise peut obtenir des informations utiles sur les sites web de ses concurrents (produits, projets, actualité, etc.).

#### 2.4. Sites web de l'entreprise

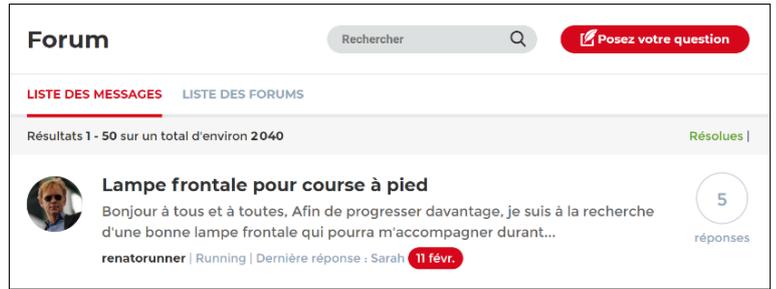
Le site peut fournir les demandes d'informations, les avis, les plaintes, les réclamations, les commentaires.



<sup>1</sup> Le mot presse intègre les notions de presse papier et le site web correspondant.

## 2.5. Réseaux sociaux, forums, blogs

De nombreuses entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux pour toucher les clients actuels ou potentiels (Facebook, Instagram, Pinterest, X-Twitter, TikTok et LinkedIn...). Pour faire vivre le compte elles doivent publier régulièrement des informations. Il est donc possible d'y suivre son actualité, ses produits, ses promotions, ses innovations, etc. On y trouve également des commentaires et avis intéressants. Attention cependant aux fakes news et aux deepfakes.



## 2.6. Points de vente, salons, foires, échantillons

Il n'y a pas qu'Internet. L'entreprise peut collecter les informations directement auprès des concurrents, dans les magasins, sur les salons, sur les foires... Elle peut y trouver des informations sur les produits, les innovations... En discutant avec les vendeurs elle peut obtenir des informations sur les projets de la société. Elle peut également acheter les produits concurrents ou obtenir des échantillons pour en identifier les caractéristiques et les spécificités. Elle peut s'abonner aux lettres d'informations des entreprises cibles.



## 2.7. PGI, clients, commerciaux, SAV

L'entreprise peut interroger ses clients pour connaître leurs avis. Des informations peuvent être extraites du PGI de l'entreprise sous la forme de statistiques. Des informations sont disponibles auprès des commerciaux qui sont en contacts avec la clientèle. Enfin le SAV peut fournir de nombreuses informations sur les problèmes rencontrés par les clients et leurs avis sur les produits et services de l'entreprise.

## 3. Rechercher : comment ?

Les modalités de recherche dépendent du temps que les personnes peuvent y consacrer et du budget alloué. Le travail peut être réalisé en interne avec les outils adaptés ou sous-traité auprès d'une entreprise spécialisée

Pour garantir que la veille soit effectuée, il est conseillé d'attribuer cette tâche à une personne qui diffusera ensuite l'information auprès des personnes concernées. Un temps précieux peut être gagné si toutes les personnes concernées intègrent dans leur quotidien une démarche proactive en ayant toujours leurs « antennes » d'ouvertes.

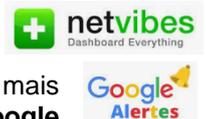
### 3.1 Moteurs de recherches et IA générative



#### ➤ Moteurs de recherche

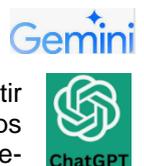
La plupart des recherches sont réalisées à l'aide d'un moteur de recherche (**Google, Bing, Qwant, DuckDuckGo, Ecosia, Yippi...**). Cette technique consiste à tirer l'information à soi « **Pull** ». Elle prend du temps, car il faut renouveler l'opération à chaque requête.

Une autre méthode consiste à programmer des applications qui scannent régulièrement la toile et en extrait les informations recherchées, avant de les envoyer à la personne qui assure la veille. Cette technique consiste à pousser les informations à soi « **Push** ». Elles font gagner du temps mais exige un paramétrage fin des requêtes pour ne pas être noyé sous un flot d'informations (**Google Alerte, Netvibes...**).



#### ➤ IA Génératives

Les **IA génératives** ne proposent pas une liste de sites mais construisent une réponse structurée à partir d'une requête appelé **Prompt** qui rédige sa réponse à partir du Web. Leur utilisation fait gagner du temps car elles fournissent un produit fini qui supprime l'analyse et le traitement de l'information. Attention cependant il est indispensable de vérifier l'exactitude des réponses dans la mesure où sur des questions pointues, elle peut insérer des erreurs ou de fausses informations appelées des hallucinations.



IA générative	Caractéristiques
<b>ChatGPT 3.5 et 4</b>	C'est la première IA générative apparue fin 2022, proposée par OpenAI. Elle est particulièrement performante notamment dans la version 4 qui est payante. Cette dernière intègre également une IA générative d'images DALL-E qui permet de créer des images ou des logos à la demande.
<b>Bing Copilot</b>	Bing Copilot utilise ChatGPT (Microsoft est le premier actionnaire d'OpenAI). <b>Copilot</b> est également implémenté dans toutes les applications Microsoft dont Office 365, ce qui donne un accès direct à l'IA en utilisant Word ou Excel par exemple.
<b>Gemini</b>	Gemini est l'IA générative de Google. Elle fonctionne sur le même principe que ChatGPT en donnant des réponses souvent plus structurées.
<b>Autres</b> : You, Poe, tome, Leonardo...	De nombreuses sociétés proposent des IA génératives généralistes ou spécialisées. Ces IA font l'objet d'évolutions constantes et il est difficile de savoir lesquelles survivront.

### 3.2. Flux RSS

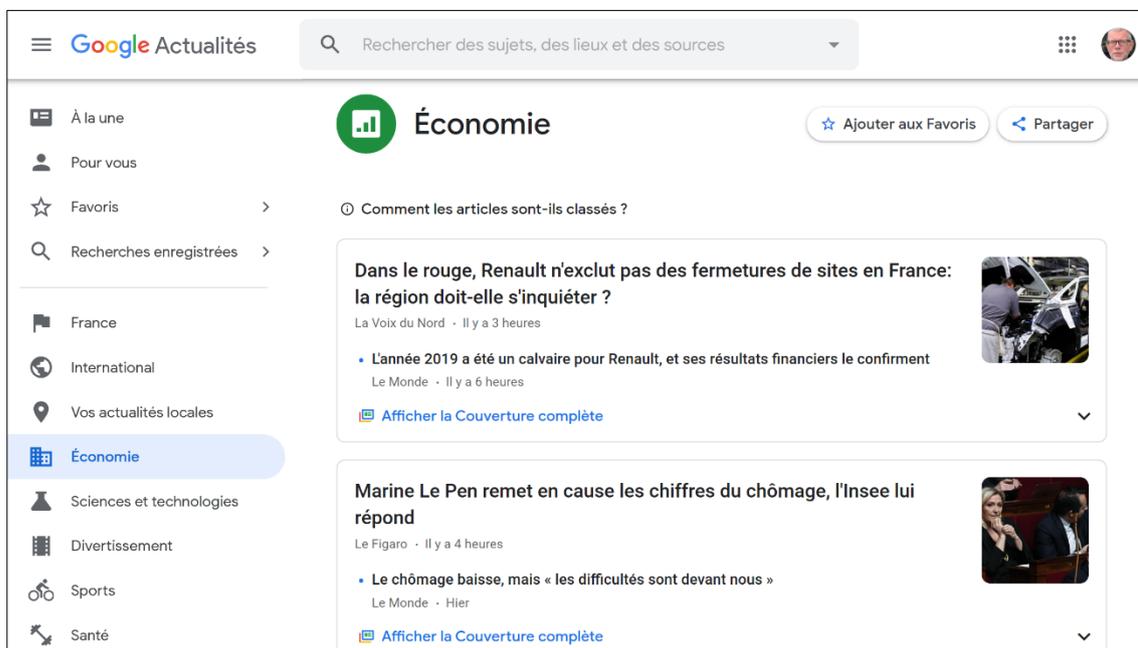
L'entreprise peut s'abonner à des **flux RSS** (Real Simple Syndication). Ces fils d'informations en continu envoient automatiquement les nouvelles publications concernant un site ou un domaine de recherche. Ces flux ne concernent pas tous les sites et aboutissent fréquemment à une saturation d'informations qu'il faut ensuite trier et filtrer ce qui prend du temps.



### 3.3. Agrégateurs de flux

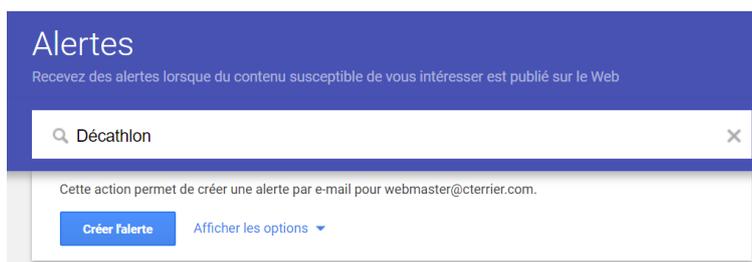
Ils affichent en continu une actualité générale ou thématique par une syndication<sup>2</sup> de contenus Web (**Google actualités, Bing actualités, MSN, Yahoo...**) Il est possible de filtrer les données par thème ou par mots clés.

Attention, les agrégateurs peuvent saturer l'internaute d'informations ou pour accroître la fréquentation à sur-vendre des informations anecdotiques. Enfin, les algorithmes ont des tendances à mettre en avant les informations sensationnelles ou conformes aux valeurs de l'internaute (égocentrées).



### 3.4. Google alerte

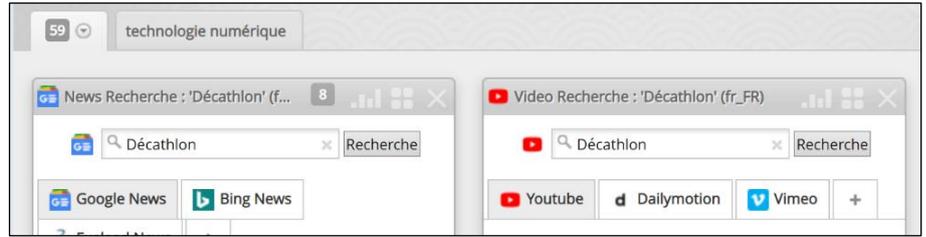
C'est un agrégateur programmable dans lequel il est possible de paramétrer des recherches automatiques sur Internet. Les résultats sont envoyés régulièrement par e-mail ou SMS à l'opérateur. La qualité des résultats dépend directement de la qualité des mots clés retenus.



<sup>2</sup> Syndication : regroupement d'informations en provenance de plusieurs diffuseurs.

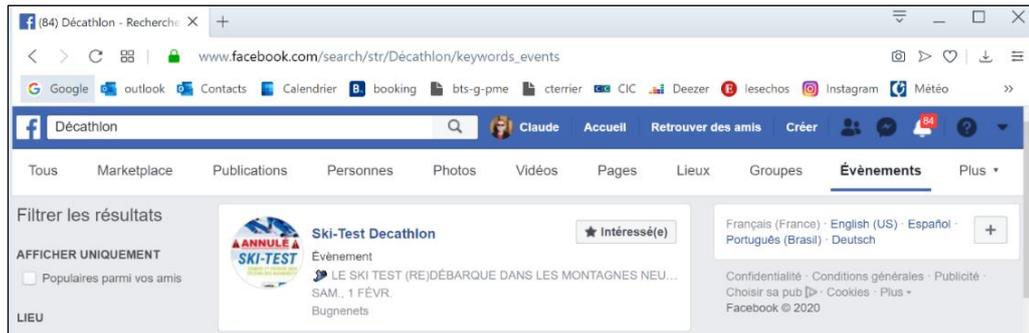
### 3.5. Netvibes

C'est une application payante en ligne qui permet de paramétrer son bureau de travail (Dashboard). Elle intègre des fonctions d'agrégation de flux qui affichent en temps réel ou à chaque ouverture du poste, le résultat des recherches programmées.



### 3.6. Comptes Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, etc.

De nombreuses entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux. S'abonner aux comptes (Facebook, Instagram, Pinterest, X-Twitter, TikTok...) d'un concurrent permet de suivre son actualité, de connaître les réactions, les avis et les commentaires des abonnés, l'e-réputation de l'entreprise ou de la marque. L'activation des notifications peut permettre une pseudo veille en mode push.



- **X (ex Twitter) :** il est possible de rechercher des informations en utilisant les « hashtags » ou mot-dièse. C'est un mot-clé précédé du symbole # (#celinedion, #mbappe...) qui est placé dans le message Twitter (ou Instagram ou Facebook). Lorsqu'une personne recherche une information l'utilisation #hashtags facilite la recherche en donnant accès aux contenus qui contiennent le mot-clé, sans être ami ou follower de la personne qui l'a utilisé.
- **Facebook :** à côté des comptes personnels Facebook, il existe des groupes Facebook qui fédèrent des personnes autour d'un thème particulier (les pesticides, manger bio...). Il peut être intéressant pour l'entreprise d'identifier ces groupes lorsqu'ils concernent son marché et de s'y abonner pour accéder aux contributions des membres et ainsi « sentir » les évolutions, les argumentations ou les oppositions qui peuvent survenir.
- **Influenceur :** Ce sont des personnalités présentes sur les réseaux sociaux, qui possèdent un grand nombre de suiveurs, amis ou followers. Certains exercent une grande influence sur leurs abonnés et deviennent des prescripteurs d'achats. Il est important pour une entreprise d'identifier les prescripteurs qui concernent son marché pour suivre leurs avis et dans certain cas pour nouer un partenariat avec eux afin d'orienter le marché en sa faveur. (Les applications **Kolsquare** ou **Meltwater** permettent de trouver les influenceurs en relation avec une marque)

Des applications Web permettent d'analyser les flux, les contenus des échanges concernant une marque par exemple sur les réseaux sociaux, sur les blogs, les forums et les sites d'actualité. Les plus connues sont **Talkwalker**, **Keyhole**, **Sumall** ou **Hootsuite**.

### 3.7. Sociétés spécialisées

Il est possible de sous-traiter la veille commerciale auprès de sociétés qui fournissent régulièrement les résultats de leurs recherches contre paiement. Le prix dépend de la richesse et de l'importance de la veille en terme quantitatif et qualitatif.

[www.explore.fr](http://www.explore.fr) ;  
[www.meltwater.com/](http://www.meltwater.com/) ;  
<https://firsteco.fr/> ;  
[www.lianatech.fr](http://www.lianatech.fr)



## 4. Rechercher : quand ?

Il est important de réaliser une veille régulière et de mettre en place des procédures de diffusion des informations collectées. Il faut trouver le bon compromis entre la qualité et la quantité d'informations collectées. C'est une activité qui peut prendre beaucoup de temps et ça ne doit pas être une perte de temps. La solution réside dans la qualité des recherches réalisées et par une sensibilisation de toutes les personnes concernées par la veille commerciale.

## 5. Fiches ressources

### 5.1. Gérer les flux RSS

Un **flux RSS** (*Rich Site Summary*) contient les titres des derniers articles mis en ligne par un site web et les liens vers ceux-ci. Ces Flux sont constamment mis à jour. Ils réalisent une syndication de contenu provenant d'autres sites. Ils sont souvent utilisés par les sites d'actualités ou les blogs. Les navigateurs Opéra et Chrome sont capables de gérer automatiquement les flux RSS ce qui n'est pas le cas de Mozilla et de Edge.

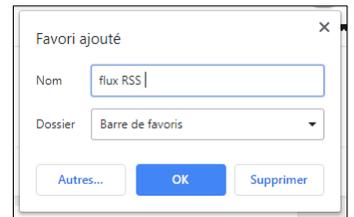
#### 1. Rechercher un flux RSS

- Chargez un moteur de recherche et réalisez une recherche de flux RSS en y joignant éventuellement une clé de recherche concernant le type de flux recherché. 
- ⇒ Les flux sont affichés et identifiables par le logo RSS.

#### 2. Gérer les flux avec Chrome

##### • S'abonner à un flux

- Ouvrez Chrome et recherchez puis activez la page qui contient le flux RSS auquel s'abonner.
- Cliquez le flux RSS  auquel s'abonner.
- Cliquez le bouton favoris  pour l'ajouter aux favoris.
- Renommez le favori puis sélectionnez le lieu où l'afficher et cliquez sur **OK**.
- ⇒ Le flux est ajouté aux favoris. Lorsque le flux est cliqué, les informations sont affichées au-dessous.
- Cliquez l'information à lire pour l'afficher.



##### • Se désabonner

- Cliquez-droit le favori et sélectionnez **Supprimer**.

#### 3. Gérer les flux avec Opéra

##### • S'abonner à un flux

- Ouvrez Opéra et recherchez puis activez la page qui contient le flux RSS auquel s'abonner.
- Cliquez le flux RSS  s'abonner.
- ⇒ Le flux est affiché dans une page spéciale **Actualités personnalisées**.

- Cliquez le bouton **Ajouter à mes sources**.
- ⇒ Le lien est ajouté dans le volet gauche de la page.

##### • Afficher un flux

- Affichez la page Actualités.
- Cliquez le flux dans le volet gauche.

##### • Afficher la page Actualités personnalisées

- Cliquez sur le menu  et sélectionnez l'option **Actualités**.
- Ou :
- Cliquez dans la barre d'outils à gauche de l'écran l'outil  **Actualités personnalisées**.
- Cliquez sur l'information à lire pour l'afficher.



##### • Se désabonner

- Cliquez sur la page RSS à Afficher.
- Cliquez sur le bouton **Enlever de mes sources**.

## 5.2. Utiliser Google Alerte

### 1. Créer une alerte

- Connectez-vous à votre espace Google.
- Ouvrez Google <https://www.google.fr/alerts>.
- ⇒ Une zone de paramétrage des critères de recherche est affichée :

- Saisissez le mot ou l'expression clé de recherche puis cliquez le lien : **Afficher les options**

- Paramétrez le type d'informations recherché.
- Paramétrez la périodicité.
- Indiquez où envoyer les résultats.

- Cliquez sur le bouton **Créer l'alerte**

⇒ Un mél sera envoyé selon la périodicité demandée si une information est trouvée et les alertes programmées sont affichées au-dessous de la fenêtre.

### 2. Paramétrer les modalités d'envoi des alertes

- Cliquez le bouton  de la fenêtre des alertes.
- Indiquez l'heure d'envoi de l'alerte.
- Précisez si les alertes doivent être regroupées dans un même mèl.
- Cliquez sur **Enregistrer**.

### 3. Modifier une alerte

- Cliquez sur le bouton .
- ⇒ La fenêtre de paramétrage est affichée :

- Paramétrez l'alerte.

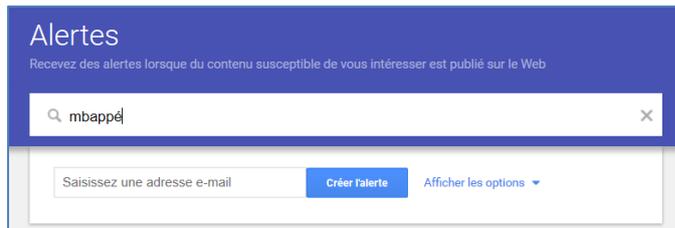
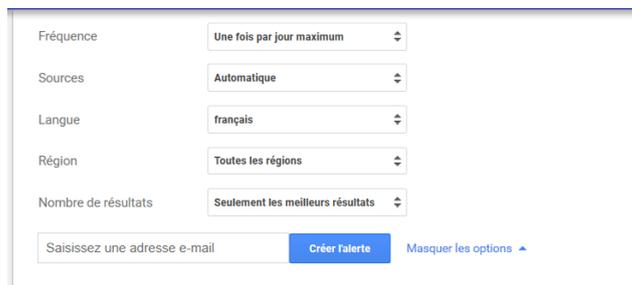
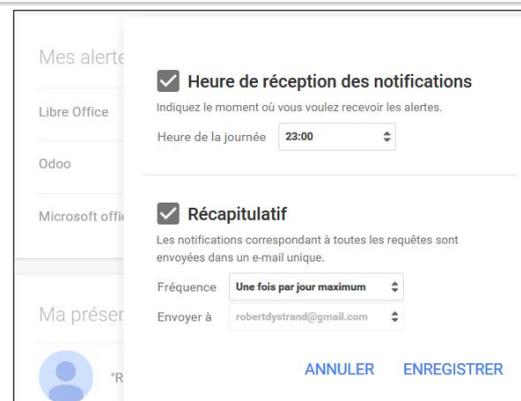
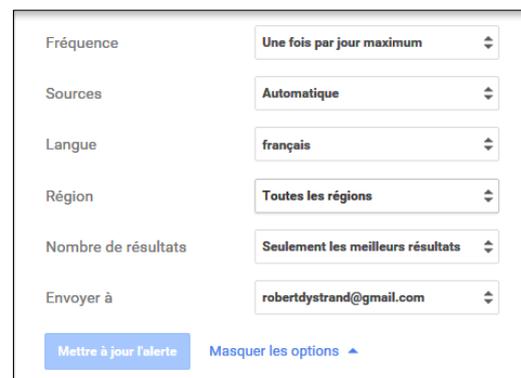
- Cliquez sur le bouton **Mettre à jour l'alerte**.

### 4. Supprimer une alerte

- Cliquez la corbeille  située à droite de l'alerte à supprimer.

Youcegid  

- Cliquez sur le bouton **Supprimer**.

## 5.3. Utiliser netvibes

### 1. Créer un compte

- Ouvrez la page Netvibes : <http://www.netvibes.com/fr>

- Cliquez sur le bouton **S'inscrire** en haut de l'écran.
- Saisissez votre adresse mail et votre mot de passe.
- Activez la case anti-robot.
- Activez la case **J'accepte les conditions**.
- Cliquez sur le bouton **S'inscrire**.
- Ouvrez votre boîte Mel et confirmez votre inscription.

### 2. Se connecter

- Ouvrez Netvibes : <http://www.netvibes.com/signin>

- Cliquez sur l'option **Se connecter** en haut de la fenêtre.
  - Saisissez votre identifiant.
  - Saisissez votre mot de passe.
  - Cliquez sur le bouton **Se connecter**.
  - Cliquez sur le bouton **Aller sur mon Dashboard** en haut de l'écran.
- ⇒ L'écran par défaut affiche un flux d'information :

### 3. Modifier le mode d'affichage

- Cliquez sur le bouton correspondant à l'affichage souhaité  en haut de l'écran.

### 4. Gérer les Dashboards

#### • Créer un dashboard

- Cliquez sur le bouton **Dashboards** - **Nouveau...**
- Saisissez le nom de votre écran.

Ou :

- Sélectionnez un écran prédéfini.
- Cliquez sur le bouton **Créer le Dashboard**.
- Sélectionnez une image puis un cadre de mise en forme.
- Sélectionnez la couleur d'arrière-plan.
- Cliquez sur le bouton **Valider**.

⇒ Le Dashboard est affiché. En mode **apps**, il contient des onglets paramétrables :



#### • Supprimer un Dashboard

- Cliquez sur le bouton **Dashboards** en haut de l'écran puis sur **Gérer...**
- Cliquez sur le bouton **Supprimer** du Dashboard à supprimer.
- Cliquez sur **OK** pour confirmer la suppression.
- Cliquez sur le bouton **Retour vers mon Dashboard** en haut à gauche de l'écran.

#### • Gérer les onglets

##### ➤ Ajouter un onglet

- Cliquez sur le bouton **+** à droite des onglets.
- Modifiez le nom et sélectionnez une mise en page dans le volet droit.

##### ➤ Supprimer un onglet

- Activez l'onglet à supprimer puis cliquez sur le bouton déroulant à droite du nom de l'onglet et cliquez sur le bouton **Supprimer**.
- Confirmez la suppression en cliquant sur **Oui**.

### 5. Changer de Dashboard actif

- Cliquez sur le bouton **Dashboards** en haut de l'écran et sélectionnez au-dessous l'écran à afficher.

## 6. S'abonner à un flux RSS

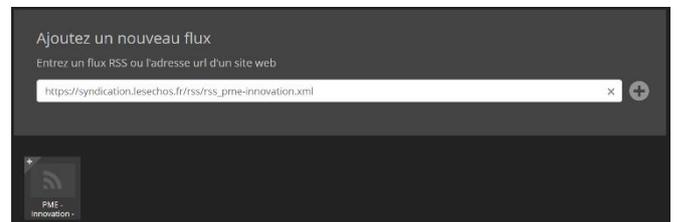
### • Le lien netvibes est affiché sur la page des flux RSS

- Activez un site qui possède un flux RSS.
- Cliquez sur le bouton **netvibes**, du flux auquel s'abonner, si le bouton est affiché.
- ⇒ Le site se connecte à netvibes.
- Connectez-vous à netvibes à l'aide de votre identifiant et de votre mot de passe.
- ⇒ La fenêtre suivante permet de rattacher le flux à un onglet du Dashboard.
- Sélectionnez l'onglet destination.
- Cliquez sur le bouton **Ajouter à mon tableau de bord**.



### • Le lien netvibes n'est pas affiché sur la page des flux RSS

- Cliquez-droit le bouton **XML** ou le **lien du flux RSS** et sélectionnez **Copier l'adresse du lien**.
- Activez netvibes et votre Dashboard
- Cliquez sur le bouton **+ Ajouter** en haut de l'écran.
- Cliquez sur le bouton **App de lecture**.
- Collez le lien dans la zone de saisie puis cliquez sur le bouton **+** à droite de la zone.
- ⇒ L'icône du lien RSS est transférée au-dessous.
- Cliquez l'icône au-dessous.
- Sélectionnez l'onglet destination du flux
- Cliquez sur le bouton **Ajouter à votre Dashboard**.
- ⇒ Le flux est affiché dans l'onglet.



## Chapitre 8 – La veille commerciale et le suivi de l'évolution du marché de l'entreprise

### Bilan de compétences

Compétences	Non acquis	Partiellement acquis	Acquis
J'identifie les objectifs d'une veille commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'identifie les risques de ne pas mettre en place une veille commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais relier la veille à la nature de l'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais identifier les mots clés d'une recherche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais sélectionner les bonnes sources d'informations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les méthodes de veille automatique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais identifier les mots clés pertinents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais rédiger un prompt efficace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je sais quand effectuer les recherches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>