|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Réflexion 2 – Différentier les types de veille marketing | | |
| Durée : 20’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Travail à faire**

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

1. En quoi consiste une veille marketing ?
2. Que signifie, selon vous, savoir définir des objectifs précis ?
3. Quelles différences faites-vous entre la veille concurrentielle et la veille commerciale
4. La veille marketing se résume-t-elle à une simple collecte d’informations ?

**Doc.  Les quatre types de veille marketing : Définition et outil**

Source : <https://www.e-marketing.fr/>

La**veille marketing**est une démarche de recherches et d'analyse des informations liées aux marchés de l'entreprise. Elle se découpe selon quatre axes : la veille technologique, la veille environnementale, la veille commerciale et la veille concurrentielle.

## Comment faire de la veille marketing ?

Pour réaliser une [**veille marketing**](https://fiches-pratiques.e-marketing.fr/Thematique/marques-1332/FichePratique/La-veille-marketing-c-est-quoi--365393.htm)efficace, il faut savoir quoi observer : définir des priorités et des objectifs précis.

## Quels sont les 4 types de veille ?

### La veille technologique concerne le produit, les prestations de service, le design, les procédés de fabrication, les processus, et les systèmes d'informations. Le plus souvent elle prend les formes suivantes : analyse de brevets, audit technologique d'un secteur d'activité, étude de marché technologique.

Cette veille permet d'identifier au plus tôt les évolutions technologiques susceptibles d'influer sur le métier d'une entreprise. Elle révèle des opportunités de création de nouveaux marchés (grâce à l'analyse de « signaux faibles ») et c'est pour cela qu'elle est souvent au coeur du processus d'innovation.

### La veille concurrentielle intègre les concurrents actuels et potentiels, elle fait souvent l'objet d'un observatoire de la concurrence. Par exemple, nombreux sont les secteurs (automobile pour l'industrie, bancaire pour la prestation de service) qui disposent de ressources dédiées à l'analyse des produits concurrents. L'information recueillie couvre plusieurs domaines dont : les gammes de produits, l'analyse des coûts, les réseaux de distribution, le portefeuille d'activité, l'organisation et la culture d'entreprise.

La veille de la concurrentielle est aussi appelée [**veille stratégique**](https://www.e-marketing.fr/Thematique/academie-1078/fiche-outils-10154/Les-dimensions-de-la-veille-strategique-325528.htm).

### La veille commerciale concerne à la fois les clients et les fournisseurs, elle est axée sur l'évolution des besoins client à long terme. Dans le contexte actuel où la fidélisation client est d'une grande ampleur, la veille commerciale doit être adossée à un système d'analyse des réclamations client. Le marketing achat permet de nourrir la veille commerciale côté fournisseur. Dans ce cas, le responsable innovation travaille conjointement avec les achats.

### La veille environnementale regroupe l'analyse d'éléments de nature politique, sociale, juridique ou bien encore culturelle.

## Quels sont les objectifs de la veille marketing ?

**Faire de la veille marketing** consiste à identifier les axes de veille prioritaires en fonction de la stratégie d'entreprise. La veille marketing sert à rechercher, trier et traiter des informations relatives au marché de l'entreprise. Cependant, la veille marketing ne se résume pas seulement à une simple collecte d'informations. Une notion de traitement est impliquée au coeur de processus de veille stratégique.

Dans le processus innovation, le choix des voies d'innovation se fait conjointement entre le responsable innovation et le marketing stratégique, en fonction des résultats de veille globale. C'est à partir des actions de veille que les activités exploratoires s'enclenchent : la veille est un input majeur dans l'innovation amont.

**Réponses**

1. En quoi consiste une veille marketing ?
2. Que signifie, selon vous, savoir définir des objectifs précis ?
3. Quelles différences faites-vous entre la veille concurrentielle et la veille commerciale ?
4. La veille marketing se résume-t-elle à une simple collecte d’informations ?