



Fiche pédagogique - Communication

LE CYCLE DE LA VEILLE

Faire de la veille c'est
disposer de la bonne information au bon moment
pour prendre les bonnes décisions avant les autres.

Avant de commencer toute veille,
il est important de connaître 2 choses

- CE QUE L'ON VEUT FAIRE
- LES ÉTAPES À RESPECTER

DÉFINIR CE QUE L'ON VEUT FAIRE



LE TYPE DE VEILLE

- Stratégique

elle permet de prendre des décisions sur le long terme.

Elle permet d'anticiper l'émergence de certains marchés, de certains besoins.

Ex : Sony et Nokia étaient leader sur le marché des tel portables au début des années 2000, ils n'ont pas misé sur le tactile, aujourd'hui Samsung et Apple sont leader.

- Opérationnelle

elle permet de prendre des décisions à court et à moyen terme, notamment de travailler sur le mix marketing.

Ex: Burger King sait que Mc Do va sortir une campagne de pub et prépare sa riposte.

LE DOMAINE LE PLUS UTILE À L'ENTREPRISE

Le domaine de veille correspond au thème de la veille .

Les domaines les plus utiles sont les suivants mais la liste n'est pas exhaustive :

- Juridique
- Technologique
- Concurrentiel
 - Social
 - Politique

1. DÉFINITION DES BESOINS DE LA VEILLE

Les besoins sont des questions qu'on appelle aussi des finalités et qui permettent de **cadre la veille**.

Il s'agit de ne pas se perdre dans ses recherches et de savoir quelles informations aller chercher.

2. COLLECTE DE L'INFORMATION

Pour cela il faut d'abord **identifier des sources**.

Elles peuvent être :

- Internes : Rapports, BAO, Intranet
- Externes : Presse, Salon, Réseau, BAO, Etudes (INSEE / CREDOC / IPSOS...)

Ensuite il faut définir quel type d'étude on va mener :

Documentaire : Ce type d'étude consiste à rechercher de l'info déjà existante dans différents supports, dans différents documents.

Qualitative : L'étude qualitative permet d'expliquer les comportements. L'étude quantitative nous donne une indication chiffrée sur un comportement.

Ex : je fais un questionnaire pour savoir qui achète en magasin bio, je fais une étude qualitative pour savoir pourquoi ils achètent en magasin bio.

Quantitative : Si les informations que l'on cherche n'existent pas on peut mener sa propre enquête ou la faire mener par un institut. On réalise alors un questionnaire qui nous permettra d'avoir une vision chiffrée à un instant T. Le questionnaire porte généralement sur :

- Le comportement
- La satisfaction
- La notoriété
- L'image
- Les opinions

3. TRI DE L'INFORMATION

Il s'agit d'**évaluer les sources** afin de savoir si celles-ci sont fiables ou pas, si elles méritent d'être vérifiées ou pas.

La source contient l'information.

On l'évalue en fonction de sa récence, son auteur et son support.

4. DIFFUSION DE LA VEILLE

Le mode de diffusion de la veille dépend de la cible.

La veille peut-être diffusée sur différents supports :

- Une note de service
 - Un dossier
 - Un mail
- Un power point
- Une campagne media
 - Les RS...

Ex : la veille s'adresse à mon chef, je ferai un rapport ou un mail.

M6 fait une étude pour connaître ses audiences, elle est élue meilleure chaîne de l'année, elle juge qu'il faut en informer le grand public donc elle diffuse les résultats de la veille sur une campagne d'affichage nationale.'