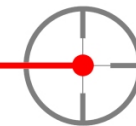


PHILIPPE FLOC'H

STRATEGIC CONSULTING



INTERNET STRATEGY & TACTICS
MARKET DOMINANCE STRATEGY
BUSINESS INTELLIGENCE



Cabinet spécialisé dans l'accompagnement des entreprises
recherchant une position dominante ou évoluant dans un
environnement fortement concurrentiel.

- ⊕ Accompagnement stratégique
- ⊕ Gestion de projet web

www.philippefloch.com

L'environnement de l'entreprise

- ▶ Contexte économique difficile
- ▶ Mondialisation de l'économie
- ▶ Nombre de concurrents en forte augmentation
- ▶ Optimisation des outils marketing
- ▶ Impact d'internet
- ▶ Evolution technologique
- ▶ Nouveaux modèles économiques
- ▶ Nouveaux acteurs
- ▶ Modification des habitudes de consommation
- ▶ ...

Conséquences pour l'entreprise

- ▶ Concurrents plus agressifs
 - ▶ Positionnement concurrentiel difficile
 - ▶ Difficulté à situer l'entreprise dans son environnement
 - ▶ Diminution des budgets de communication
 - ▶ Vision stratégique à court terme
 - ▶ Incertitudes sur l'avenir (immédiat ...)
 - ▶ Erreurs de + en + lourdes de conséquences
- ▶ **Pilotage sans visibilité !**

Comprendre plus précisément

- ▶ L'évolution du marché
- ▶ L'évolution de la technologie
- ▶ L'évolution de la clientèle et de sa demande
- ▶ Les forces et faiblesses des concurrents

- ▶ Les forces et faiblesses de son entreprise
- ▶ L'adéquation de ses méthodes et modèles
- ▶ Ses processus critiques

- ▶ **Optimiser et documenter ses KPI's**

Comprendre avant les autres

- ▶ L'évolution du marché
- ▶ L'impact de l'évolution technologique
- ▶ L'apparition de nouveaux concurrents
- ▶ Les actions et stratégies des concurrents
- ▶ Comment tirer parti des nouveaux vecteurs
- ▶ Les nouvelles attentes des clients
- ▶ Les nouveaux modèles de gestion et de management

- ▶ **Créer de nouveaux indicateurs**

Agir sur l'entreprise

- ▶ Optimiser l'offre
- ▶ Optimiser son marketing
- ▶ Trouver de nouveaux vecteurs
- ▶ Développer les bons produits
- ▶ Opter pour les bonnes technologies
- ▶ Anticiper les évolutions de la demande
- ▶ Adapter l'entreprise (management, production ...)
- ▶ Former ses personnels
- ▶ Modifier la structure de l'entreprise (réduction ?)
- ▶ ...

Comment ?

- ▶ Déployer un processus d' **Intelligence Economique**

Réservé aux grandes entreprises ?

▶ NON

Coûteux en temps et en argent ?

▶ NON

Complexe à mettre en oeuvre ?

▶ NON simplement logique !

Le concept d'intelligence économique

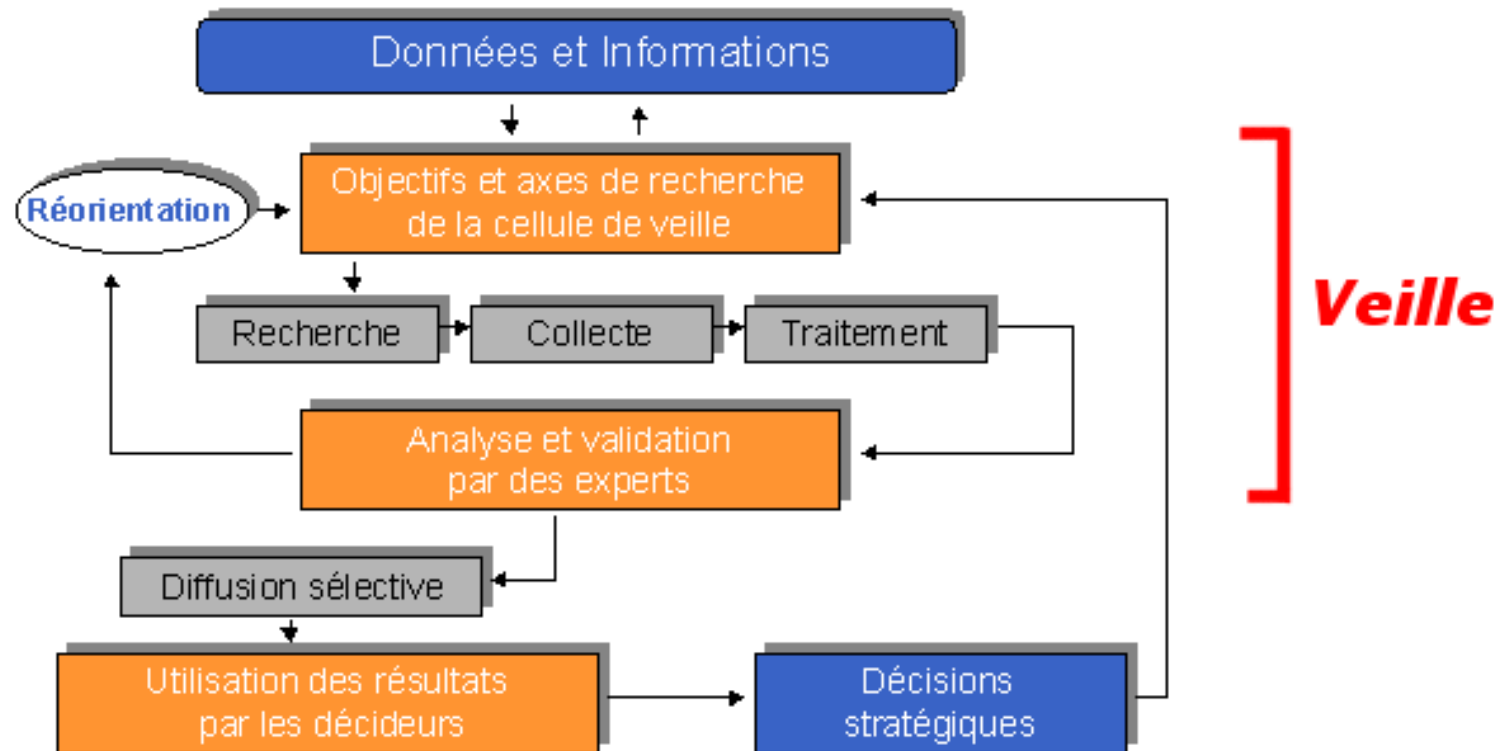
L'intelligence économique est un ensemble d'actions coordonnées de **recherche**, de **traitement**, de **distribution** et de **protection** de l'information utile à la prise de décision...
et obtenues en toute légalité.

Les trois fonctions de l' Intelligence économique sont:

- la maîtrise du patrimoine informationnel de l'entreprise,
- la détection des menaces et des opportunités,
- l'élaboration des stratégies

L'intelligence économique intègre les dimensions internes et externes de l'entreprise (idem SWOT).

Le processus d' IE



Un processus logique

- ▶ Analyser l'entreprise
- ▶ Analyser l'environnement
- ▶ Détecter les informations manquantes (!)
- ▶ Détecter les menaces
- ▶ Détecter les opportunités
- ▶ En déduire la stratégie et les actions à engager
- ▶ Agir (sur l'entreprise, sur son environnement)
- ▶ Vérifier les résultats obtenus

Et permanent !

- ▶ Analyser l'entreprise **A changé**
 - ▶ Analyser l'environnement **A changé**
 - ▶ Détecter les informations manquantes **Mieux perçues**
 - ▶ Détecter les menaces **A changé**
 - ▶ Détecter les opportunités **A changé**
 - ▶ En déduire la stratégie et les actions à engager
 - ▶ Agir (sur l'entreprise, sur son environnement)
 - ▶ Vérifier les résultats obtenus
-

Temps de cycle: 1 à 6 mois

Première étape: l'introspection !

- ▶ Est-on vraiment si bon ?
 - ▶ N'a-t-on pas de faiblesses ?
 - ▶ Est-on meilleur que ses concurrents ?
 - ▶ Communiquons nous mieux qu'eux ?
 - ▶ Nos clients nous aiment ils ?
 - ▶ Nos clients potentiels nous connaissent-ils ?
 - ▶ Savons nous vraiment ou nous allons ?
-
- ▶ **Si non, pourquoi ?**

Première étape: osez l'audit !

- ▶ Un œil externe regarde autrement
 - ▶ Un œil externe regarde ailleurs
 - ▶ Une vision externe est plus critique
 - ▶ Vous mettre face à vos contradictions
 - ▶ Vous montrer vos propre faiblesses (dur, je sais ...)
 - ▶ Vous montrer des choses que vous ne connaissez pas
 - ▶ Vous apporter une (autre) expérience
-
- ▶ **Méthodes, outils et vision du spécialiste**

Troisième étape: la réflexion

- ▶ Où trouver les informations manquantes ?
- ▶ Sous quelle forme se trouve l'information ?
- ▶ Information brute (quantifiée) ?
- ▶ Information interprétée ?
- ▶ Information invisible (non émergente) ?
- ▶ Informations protégées ?
- ▶ Simples pistes de réflexions ?
- ▶ Informations évolutives ?

- ▶ **La base de la Veille ...**

Seconde étape: la vérification

- ▶ Quelles informations nous manque-t-il ?
 - ▶ N'a-t-on pas de faiblesses ?
 - ▶ Est-on meilleur que ses concurrents ?
 - ▶ Communiquons nous mieux qu'eux ?
 - ▶ Nos clients nous aiment ils ?
 - ▶ Nos clients potentiels nous connaissent-ils ?
 - ▶ Savons nous vraiment ou nous allons ?
-
- ▶ **Si non, pourquoi ?**

Quatrième étape: la surveillance et la collecte

- ▶ Surveiller l'évolution de l'existant
- ▶ Détecter l'apparition de nouvelles informations
- ▶ Collecter l'information
- ▶ Stocker les informations collectées
- ▶ Historiser et classifier

- ▶ Recherche on et off line
- ▶ Recherche à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise

- ▶ **Outils spécialisés de collecte (automatique)**

Cinquième étape: l'analyse

- ▶ Valeur des informations collectées
- ▶ Eléments pertinents pour l'entreprise
- ▶ Eléments inconnus (utiles ? stratégiques ?)
- ▶ Rapprochement entre informations (signaux faibles)
- ▶ Nouvelles pistes de recherche
- ▶ Mise en évidence d'informations manquantes
- ▶ Correction des axes de recherche

- ▶ **Analyse par experts + datamining**

Sixième étape: la décision stratégique

- ▶ Quelles conséquences pour l'entreprise ?
- ▶ Quelles actions doit-on engager ?
- ▶ Sur la stratégie de l'entreprise
- ▶ A l'intérieur de l'entreprise
- ▶ Sur l'environnement (ex lobbying)
- ▶ Contre les concurrents
- ▶ ...

- ▶ **Le rôle du management**

Septième étape: l'action !!!

- ▶ Modification stratégiques
 - ▶ Actions tactiques
 - ▶ Information (interne, externe)
 - ▶ Désinformation ...
 - ▶ Actions officielles
 - ▶ Actions occultes
-
- ▶ **Une implication de toute l'entreprise**

Huitième étape: le contrôle

- ▶ Efficacité des actions
 - ▶ Impact sur l'environnement
 - ▶ Impact sur l'entreprise
 - ▶ Contre actions des concurrents (**prudence**)
 - ▶ Apprentissage, impact sur le processus d' IE
 - ▶ Impact sur le management ...
-
- ▶ **Pour engager un nouveau processus ...**

Je vous remercie de votre attention.



Retrouvez les slides de cette intervention et pour en savoir plus, consultez les dossiers stratégie internet :

Visitez www.philippefloch.com

Ou sur 

recherchez « *Dossiers stratégie* »