

Réalisation d'un produit de veille concurrentielle



Jérôme Chevreul

Sommaire

Pourquoi ce produit ?	2
Collecte de l'information.....	2
Quels sont les sites à surveiller ?.....	3
Données à surveiller.....	4
De la collecte au traitement par les outils.....	4
Quels outils ?.....	4
Investissement et temps de travail.....	6
Différents éditeurs de logiciels proposés.....	6
Analyse et diffusion.....	7
Des outils complémentaires.....	7
Stockage.....	8
Facteurs de diffusion.....	8

Pourquoi ce produit ?

Pour garder une position de leader dans le marché pharmaceutique, il est nécessaire de se poser plusieurs questions sur nos concurrents :

⇒ Quelles sont les stratégies de développement de mes concurrents (acquisitions, alliances, nouveaux pays, nouvelles cibles, nouveaux produits,...) ?

⇒ Quels sont les différents scénarii possibles de la part de mes concurrents par rapport à leurs ressources, leurs dernières activités identifiées ?

⇒ Comment évoluent les principales ressources de mes concurrents (financières, humaines, technologiques) ?

⇒ Comment évolue l'organisation de mes concurrents ?

⇒ Sur quelles activités concentrent-ils leurs efforts ?

La réalisation de ce produit de veille concurrentielle a donc pour objectif l'évaluation de nos concurrents et leur positionnement sur le marché pharmaceutique à travers l'analyse de leur situation financière, de leurs nouveaux produits, de leurs acquisitions et de leur marché géographique.

L'entreprise et particulièrement les décideurs ont besoins d'informations précises pour anticiper des décisions, mener des actions et soutenir leurs choix. Ces besoins naissent de l'idée de diminuer la prise de risques ou de saisir de nouvelles opportunités de croissance. Ce produit de veille concurrentielle apparaîtra comme la recherche et la collecte d'informations décisionnelles, destinées à accroître le potentiel de savoir de l'entreprise.

On caractérisera ce produit en trois phases :

La collecte des informations

Le traitement des informations

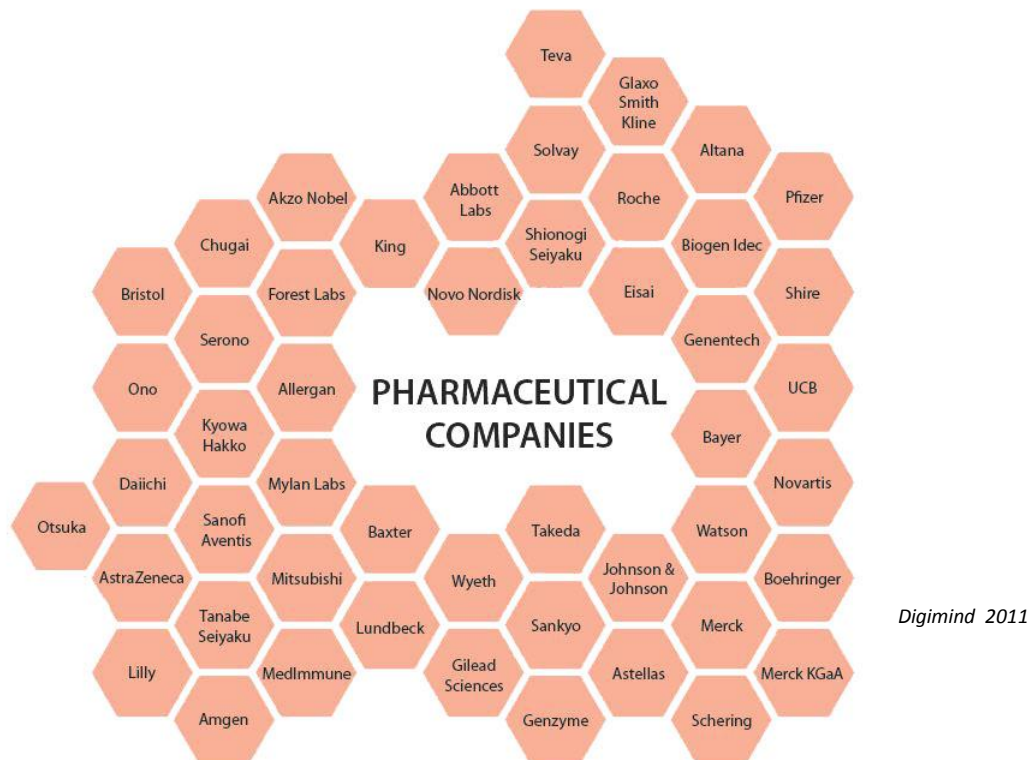
L'analyse et la diffusion des informations.

Collecte de l'information

Pour pouvoir bien collecter les informations de sites internet concurrents, il faut choisir les bons outils en se posant les bonnes questions suivant ses objectifs.

Quelles sont les sites à surveiller ?

Voici les principales industries pharmaceutiques dans le monde :



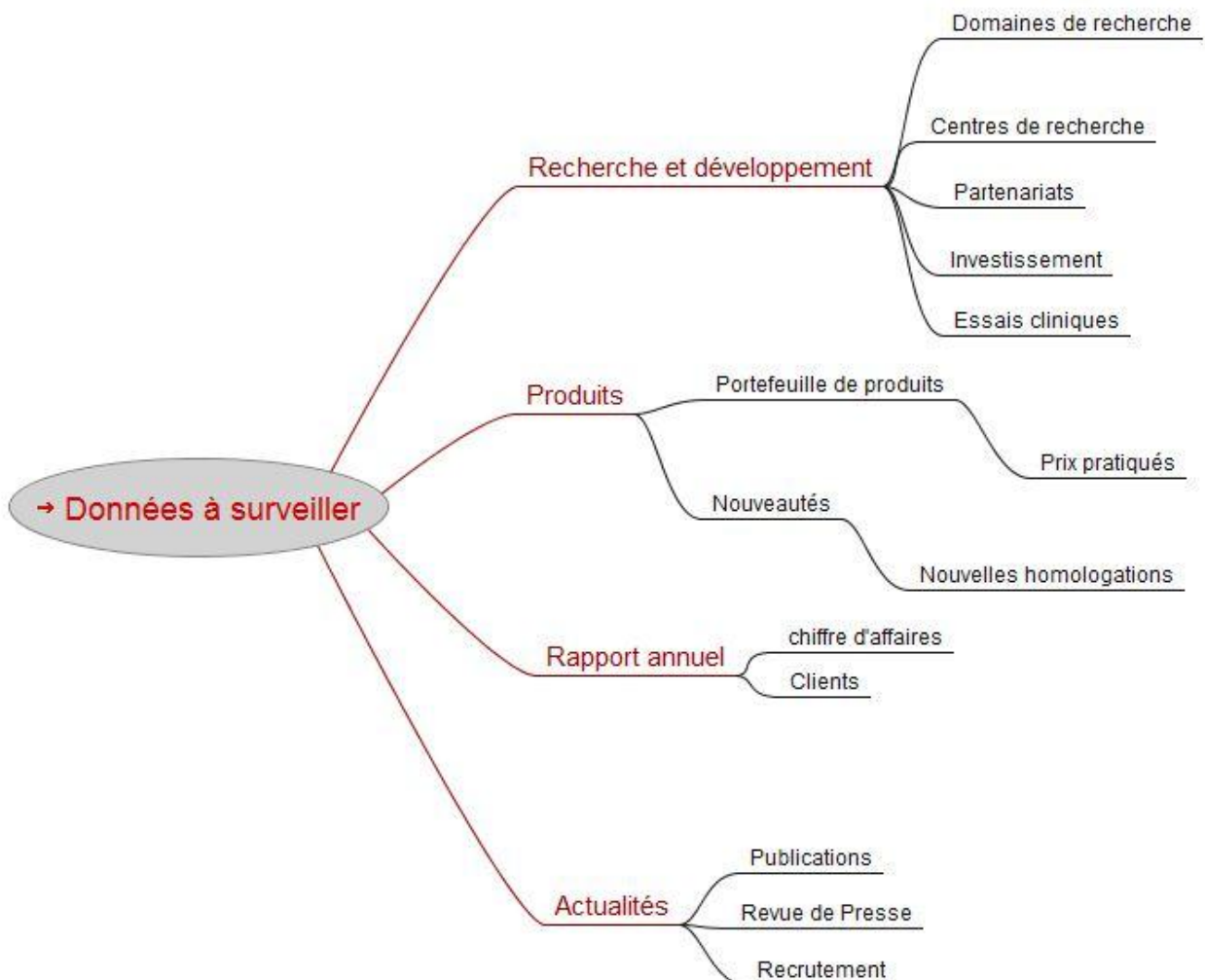
Nous choisirons les 10 premiers laboratoires pharmaceutiques mondiaux, les considérant comme nos principaux concurrents, par ordre de taille en dollar US (*chiffres du 12/03/2009 « Les Echos »*).

Pfizer-Wyeth (États-Unis) : 75 milliards de dollars
Merck & Co.- Schering-Plough (États-Unis) : 47 milliards,
Hoffmann-La Roche-Genentech (Suisse) : 43,10 milliards,
Novartis (Suisse) : 41,50 milliards,
Sanofi-Aventis (France) : 34,90 milliards,
GlaxoSmithKline (Royaume-Uni) : 33,60 milliards,
AstraZeneca (Royaume-Uni) : 31,60 milliards,
Abbott (États-Unis) : 29,50 milliards,
Johnson & Johnson : 24,60 milliards (pharma uniquement)(États-Unis),
Bristol-Myers-Squibb (États-Unis) : 20,60 milliards,
Eli Lilly (États-Unis) : 18,63 milliards,

Notre veille concurrentielle s'appliquera à surveiller les sites de ces dix entreprises concurrentes.

Données à surveiller

Nous pouvons établir les données à surveiller utilisée à l'entreprise sous la forme d'un arbre:



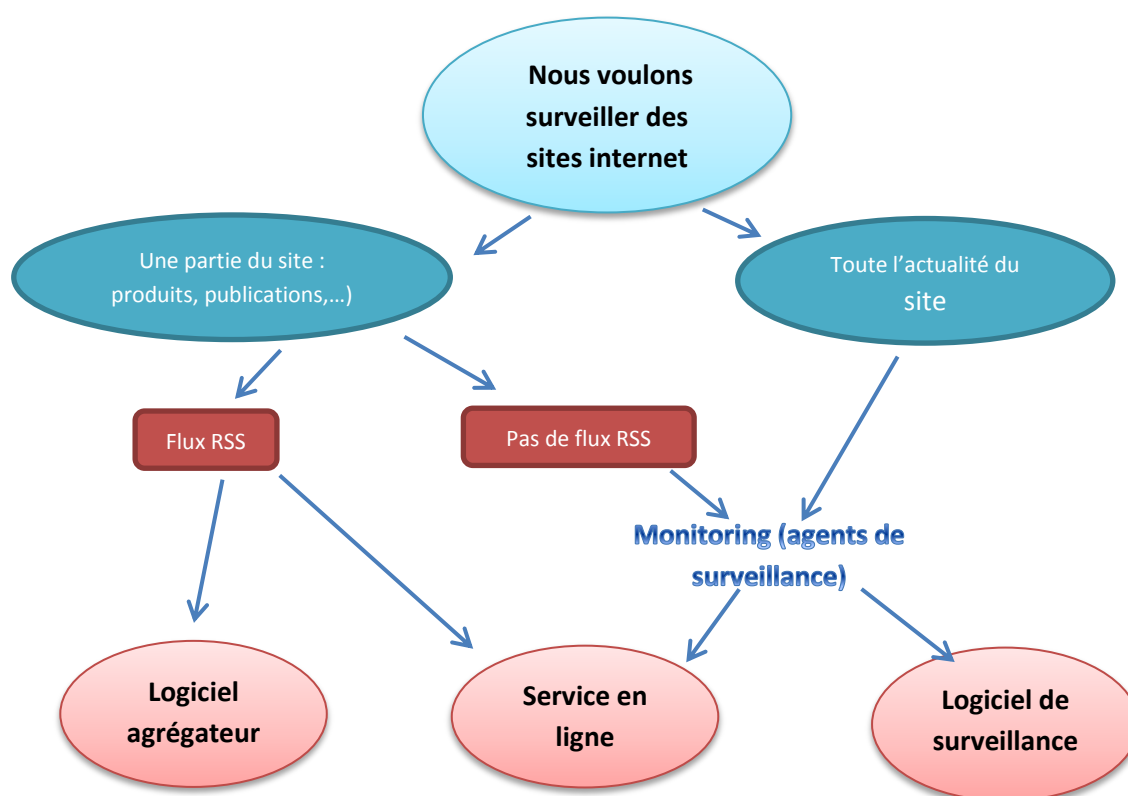
De la collecte au traitement par les outils

Les outils de veille seront utilisés à la fois comme outils de collecte mais aussi comme outils de traitement. La collecte consistera à récupérer les contenus et les informations utiles des sites internet. Ces outils de veille effectueront aussi un traitement de l'information collectée en calculant par exemple des indicateurs de pertinence, en dé-doublonnant mais aussi en générant des résumés et des extraits pertinents.

Quels outils ?

Pour pouvoir collecter toutes ces informations, il faut choisir les bons outils :

Voici une réflexion adoptée pour choisir le type d'outils :



Le premier choix qui s'offre à nous : **Agrégateur ou Agents de surveillance**. IL est clair que les agents de surveillances s'adaptent mieux à nos objectifs. Ceux-ci se focalisent complètement sur les sites à surveiller.

Les deux solutions peuvent être complémentaires mais la plus part des sites ne proposent pas de flux RSS.

Ensuite, il faut choisir entre un **logiciel à installer** sur un poste ou un serveur et **un service en ligne** accessible sur internet après identification. Les deux solutions possèdent chacun leurs avantages et leurs inconvénients. Mais après études de celles-ci, il en ressort que les avantages du logiciel à installer correspondent à nos attentes :

- stocker des pages modifiées
- visualiser des changements en surlignage
- créer des rapports de veille.

L'outil de veille le mieux adapté est le logiciel mais il faudra tenir compte d'un espace disque important et d'une connexion permanente pour le lancement des surveillances automatiques.

Investissement et temps de travail

Que ce soit pour l'administrateur ou l'utilisateur, un temps d'adaptation est nécessaire pour que le concept de veille par le logiciel Kb Crawl soit adopté.

De plus, il faut compter une période de deux à trois mois pour que l'administrateur puisse étudier, visualiser et intégrer les différentes pages des sites internet à surveiller; travail conséquent mais qui sera récompensé par la suite en gain de temps.

Différents éditeurs de logiciels proposés :

Il existe des logiciels simples et accessibles comme **KB crawl** et **Website-Watcher**.

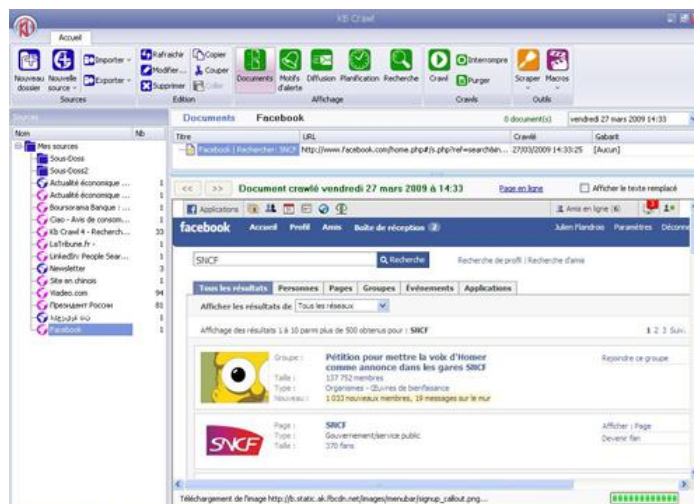
Website Watcher propose une version Business pour à peine 100 euros en mono poste. Malgré son faible coût, la surveillance renvoie parfois du bruit et donc une perte de temps.

KB crawl se situe entre entrée de gammes et portails de veilles. Il possède une grande variété de paramétrages avec détection immédiate de l'information nouvelle sur un site. Il propose aussi une version de portail avec bases de données.

D'autres proposent des solutions plus complètes et plus sophistiquées comme **Digimind et Ami**. Celles-ci sont à destination des grands comptes (licence à plusieurs milliers d'euros) avec des fonctionnalités puissantes multi-sources et une gestion multi-utilisateurs permettant de mutualiser les ressources et les contenus et constituant un véritable portail de veille collaborative.

La solution la mieux adaptée pour notre produit est KB Crawl. En effet, nos besoins se focalisent sur les sites internet de nos concurrents et non sur toute l'actualité pharmaceutique d'internet. Par ailleurs, son coût est raisonnable quant aux résultats voulus.

Interface Kb Crawl pour le veilleur



Analyse et diffusion

L'analyse est une étape qui a pour objectif de décortiquer l'information recueillie, d'en extraire les éléments essentiels, de les valider, de les synthétiser. Cette analyse a pour objectif de poser des hypothèses, formuler des scénarii et faire des propositions quant à la stratégie à adopter face à nos concurrents.

Des outils complémentaires

Il est important de posséder des outils complémentaires (modules) d'aide à l'analyse. En effet, la possibilité d'analyse par des outils techniques offre à la fois un gain de temps en proposant des pistes de lecture en transversale et un gain en intelligence en mettant en évidence des nouveautés, des liens entre articles, publications,...

Kb Crawl possède des modules complémentaires :

KB Mail permet au veilleur de regrouper et valider les alertes emails avant leur diffusion.

KB NavRecord offre la possibilité d'enregistrer les navigations complexes sur des sites Web.

KB Exchange permet d'échanger les données collectées avec d'autres types d'outils ou diffuser l'information sur un intranet (grâce à un format de données standard, le XML).

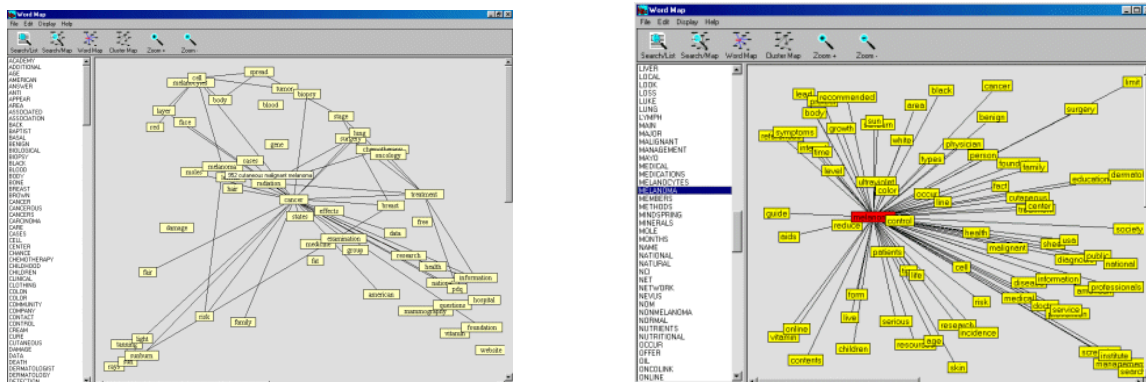
KB OCR utilise des techniques pour détecter les nouveautés ou les mots clés à l'intérieur d'images (par exemple des documents PDF scannés).

KB Cockpit permet de représenter des données numériques collectées sous forme de graphiques. Le corpus de veille, par exemple, apparaît sur un mode visuel immédiatement compréhensible

KB Cockpit :



Une autre forme de visualisation est possible avec le logiciel complémentaire **Wordmapper** qui permet de visualiser les recherches sous forme de sphères, de réseaux, de grappes d'informations :



Le stockage

Une opération importante durant la phase d'analyse est le classement et le stockage des informations.

Grâce au logiciel KB Crawl, les pages « crawlées » sont stockées dans une base de données consultable pour des recherches ponctuelles via un moteur performant. Le logiciel indexe des documents dans différents formats (HTML, RSS, XML, Word, Excel PPT, Flash, TXT, JavaScripts).

Facteurs de diffusion

Les grands facteurs caractérisant la diffusion des informations collectées sont :

⇒ **Le ciblage des destinataires**: Les décideurs sont les principaux destinataires. Il peut exister des groupes de destinataires comme le département de la recherche et du développement ou la direction commerciale.

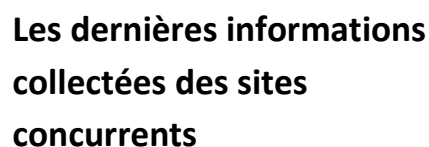
⇒ **Les supports et leurs formats** : Une lettre d'information sous forme de **page web dynamique** est un support facile et rapide à consulter. Celle-ci sera générée par le logiciel Kb Crawl et intégrée au portail de veille. Son contenu pourra donc varier en fonction des utilisateurs (heure, nom de l'utilisateur, formulaire rempli par l'utilisateur, thèmes, etc.).

⇒ **Les canaux de diffusion** : Le mail correspond le mieux à la diffusion de l'information (simple et omniprésence dans la vie professionnelle), c'est une méthode qui permettra de diffuser périodiquement les informations après paramétrages des profils des différents utilisateurs ou groupes (outils de « push »). Mais la diffusion

⇒ **Périodicité et renouvellement** : La surveillance étant permanente, le portail de veille est renouvelé suivant la périodicité des différents sites surveillés. Par contre, on peut juger qu'un envoi de mail hebdomadaire aux utilisateurs est suffisant pour répondre à leurs attentes.

Exemple d'une diffusion sous forme de page web dynamique :

Moteur de recherche du portail de veille



Ce produit se concentre sur les sites internet de nos concurrents mais il peut très bien s'élargir aux blogs, flux RSS, réseaux sociaux et professionnels, forums, dans lesquels il existe une profusion de l'information qui n'est pas toujours présente à l'intérieur des sites officiels de nos concurrents.

De plus, il existe des portails très complets et plusieurs sites d'actualités des industries pharmaceutiques.

Enfin, il est aussi intéressant, dans une veille concurrentielle, de veiller sur les sites des fournisseurs et des clients de nos concurrents, ceux-ci peuvent révéler beaucoup d'informations qui peuvent influencer nos décideurs.

A moyen terme, ce produit de veille concurrentielle pourra se transformer en un produit de veille stratégique plus complet en élaborant un portail de veille collaborative entre les différents services et utilisateurs.