

Veille et intelligence commerciale

La veille consiste à surveiller son environnement pour anticiper : concurrents, clients, marchés, réglementation, technologies. Intégrée à l'intelligence commerciale, elle alimente les décisions de l'équipe et se partage dans des formats courts.

Définitions

La **veille** est la collecte, le tri et la diffusion organisés d'informations utiles à la décision. L'**intelligence économique** associe la veille, la protection de l'information de l'entreprise et l'influence (réseaux, communication). L'**intelligence commerciale** est son application à la relation client : connaître ses marchés, ses concurrents et ses clients mieux et plus tôt que les autres, puis partager cette connaissance dans l'équipe.

Les axes de veille

Axe	Objet	Exemples de sources
Concurrentielle	Offres, prix, délais, communication, résultats, nouveaux entrants	Sites et réseaux des concurrents, Annuaire des entreprises, INPI (comptes), avis clients, salons
Commerciale	Projets, appels d'offres, créations et mouvements d'entreprises, signaux d'affaires	BOAMP et profils d'acheteurs, presse régionale, LinkedIn, CCI
Réglementaire	Lois, décrets, normes, obligations sectorielles	Légifrance, ministères, DGCCRF, CNIL, fédérations
Technologique	Innovations produits, outils, procédés	Presse professionnelle, salons, brevets (INPI)
Sociétale et environnementale	Attentes des clients, modes de travail, exigences environnementales	INSEE, études, médias, retours clients

Sources et outils

Les sources **ouvertes** suffisent à une PME : bases publiques (Annuaire des entreprises, Sirene, INPI, BOAMP, INSEE, Légifrance), sites et réseaux sociaux, presse, salons, et surtout les retours des clients et des commerciaux. Les outils automatisent la collecte : alertes sur mots-clés, flux RSS et agrégateurs, abonnements aux comptes, plateformes de marchés publics avec alertes par secteur et par département, outils d'écoute des réseaux sociaux. La valeur se crée au tri et à l'analyse, pas à la collecte.

Organiser et diffuser la veille

1. **Besoins** : quelles décisions ? quelles informations ? pour qui ?
2. **Collecte** : sources, outils, fréquence, responsables (quelques heures par semaine réparties).
3. **Tri et analyse** : fiabilité de la source, impact pour l'entreprise, urgence ; benchmark concurrentiel (tableau de critères : prix, délai, garantie, services, avis, présence) pour situer son positionnement.
4. **Diffusion** : alerte immédiate (canal de messagerie), fiche concurrent (CRM, base de connaissances), lettre de veille mensuelle (cinq informations : source, impact, action proposée), point en réunion.
5. **Évaluation** : décisions prises grâce à la veille, affaires détectées, temps consacré.

Les marchés publics pour une PME

Les acheteurs publics (communes, établissements, État) publient leurs consultations sur le BOAMP et leur profil d'acheteur. L'avis indique l'objet, la procédure (adaptée sous les seuils européens), le calendrier, les critères pondérés (prix, valeur technique, environnement...) et les pièces. La candidature peut se faire avec le DUME ; l'offre comprend un mémoire technique organisé selon les critères, un bordereau de prix et les justificatifs. La note globale pondère chaque critère : une PME plus chère peut l'emporter grâce à la valeur technique et environnementale. La réponse est dématérialisée et signée électroniquement ; en cas de rejet, l'entreprise peut demander les motifs.

Protéger l'information

Classer les informations (publique, interne, confidentielle), limiter les accès (tarifs d'achat, marges, conditions), faire signer une clause de confidentialité et une charte informatique, protéger le secret des affaires par des mesures raisonnables (mots de passe, mentions, journal des accès), respecter le RGPD (pas de fichage des personnes hors de leur fonction), rester loyal (sources ouvertes et légales uniquement, pas de dénigrement) et sensibiliser l'équipe aux risques (réseaux sociaux, hameçonnage, supports perdus).

À retenir

- Cinq axes : concurrentielle, commerciale, réglementaire, technologique, sociétale ; chaque information doit mener à une décision.
- Des sources ouvertes et des alertes automatiques ; la valeur vient du tri, de l'analyse et de la diffusion.
- Le benchmark situe l'entreprise ; la lettre de veille mensuelle partage l'essentiel : source, impact, action.
- Marchés publics : critères pondérés, DUME, mémoire technique ; protection de l'information : classification, accès, confidentialité, loyauté.

Pour aller plus loin :

[BOAMP – Bulletin officiel des annonces des marchés publics](#)

[Service-public – Candidater à un marché public](#)

[Annuaire des entreprises \(data.gouv.fr\) – informations légales officielles](#)

[INPI – data.inpi.fr, registre national des entreprises](#)

[INSEE – statistiques et études](#)