

Point 1 : Ethique, Confidentialité, Professionnalisme : Membre de la **Fépie** *Fédération des professionnels de l'intelligence économique*, au sein du *Collège 1 Prestataires*. (Ne pas confondre avec « barbouze » et espionnage !).

Point 2 : Obtenir une information de qualité stratégique en un minimum de temps.

Exemple : Le chef d'entreprise d'une PME de 15 salariés passait de 3 à 4 heures par jour à récolter l'information sur internet. (Accès aux banques de données spécialisées). Avec une solution automatisée de 100€ (identification des sources et des mots clefs, périodicité de la recherche d'informations déterminée par jour/semaine), le dit chef d'entreprise ne passe plus qu'une heure par jour. C'est autant de temps en plus consacré au développement commercial et à la gestion du personnel.

Point 3 : Combien de concurrents connaissez vous ? (Trouvons en d'autres).

Point 4 : Les différents types de concurrence : (direct/indirect/générique)

- Qui sont ils ? Quelles tailles ? Quelles performances ? Quelles parts de marché ? Quels positionnements ? Quelles évolutions ? Quelles stratégies commerciales utilisées (choix, volume, prix, savoir-faire)? Les informations à recueillir ?
- Les nouveaux concurrents potentiels ?
 - o Les entrants : Qui sont ils ? Quelles tailles ? Quelles puissances ? Pourquoi s'intéressent ils à mon marché ? La gestion du risque à la nouvelle concurrence. Avantages/Inconvénients etc...
 - o Les nouveaux produits de substitution :
 - Analyse de la concurrence pour les produits futurs résultant de la recherche et des nouvelles technologies.
 - Comment réagir ? Quand réagir ?

Point 5 : Surveillance commerciale :

- Les offres et leurs composantes (produits/prix/délais/logistique et canal de distribution)
- Les « pratiques » commerciales. (Promotion / Circuit court / Marketing Direct / Innovation et présence / nouvelles technologies de la vente).
- Les politiques commerciales des concurrents (accords, gestion des marques, brevets, lancement nouveaux produits / nouveaux concepts)
- Les positions de chaque concurrent par rapport à l'efficacité commerciale. (nombre de vendeurs, chiffre d'affaires, publicité et présence etc...)
- Les recrutements de personnel commercial. (quantité, type, périodicité, qualification, âge, expérience demandée)

Point 6 : Trouver de nouveaux clients :

- *Combien de clients de plus de N salariés avez-vous ? (Trouvons en d'autres).*
- *Combien d'appel d'offre avez-vous ? (Trouvons en d'autres).*

Point 7 : Protéger par des mesures élémentaires les informations sensibles. (comment on communique, ce que l'on communique... site web, plaquettes, salons, expositions, anti-virus/firewall, clef d'accès aux codes d'identification).