

# Veille marketing et concurrentielle

## Anticiper la demande des clients et les stratégies concurrentielles

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Acquérir une méthodologie de veille marketing et concurrentielle.
- Utiliser les outils de veille marketing et concurrentielle

### POUR QUI

- Responsable marketing et commercial.
- Toute personne en charge de la veille

### PROGRAMME

---

#### Jour 1

1 - Anticiper la demande des clients et les stratégies concurrentielles

- Les champs de surveillance de la veille Marketing.
- La prospective Marketing et Commerciale : de l'information à la prise de décision.
- Optimisation de la veille : structures et synergie marketing/vente.
- Les principes clés : proactivité ; signaux faibles ; éthique ; sécurité.

2 - Veille marketing et axes de surveillance

- S'appropriier les outils analyse concurrence.
- Identifier les méthodologies d'analyse client.
- Surveiller l'évolution des segments de marché.
- Repérer les tendances et mesurer leur influence.

3 - Collecter l'information

- Identifier les sources externes et internes disponibles.
- Animer un réseau de capteurs.
- Les catégories d'information.

### INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 8

Réf : 4140

marketing et concurrentielle.

- Aucun prérequis

#### Jour 2

4 - Veille sur Internet et les réseaux sociaux

- La démarche ABC.
- La sémantique de recherche.
- S'appropriier les bonnes pratiques de recherche internet.
- Les outils de veille (flux RSS, plateforme de veille, ...).

5 - Traiter l'information

- Trier, valider, synthétiser l'information.
- Structurer et hiérarchiser les messages.
- Porter attention aux signaux faibles.
- Visualiser l'information concurrence.

6 - Partager et diffuser l'information

- Les types de publication.
- Les vecteurs de publication.
- Le plan de diffusion.
- Le branding veille.