

LA VEILLE COMMERCIALE : NORMANDIE PISCINES

CONDUIRE UNE VEILLE

Contexte : J'ai pour mission de mettre en place la veille commerciale de l'entreprise Normandie Piscine, à la demande du directeur M. Lapasset, suite au marché des piscines qui est en plein développement et en pleine évolution depuis la crise sanitaire. Afin de réaliser cette mission, je vais devoir définir et planifier la veille, identifier les sources d'informations pertinentes, automatiser la collecte d'informations, analyser l'information collectée et pour finir diffuser le résultat de la veille.

Activité 1 : Définir la veille

1/ A partir de l'ENT réaliser sur PIX le parcours « Recherche et Veille BTS2 » avec le code VRBMGA853. Notez votre score ICI : **Alycia 69% et Maëva 67%**.

2/ En vos aidant de la vidéo « Organiser une veille » présenter les étapes (et leur contenu) à respecter pour mener une veille sous forme schématique avec le support numérique de votre choix.

ANNEXE 1

Activité 2 : Définir et planifier sa veille (Préparer la collecte des informations).

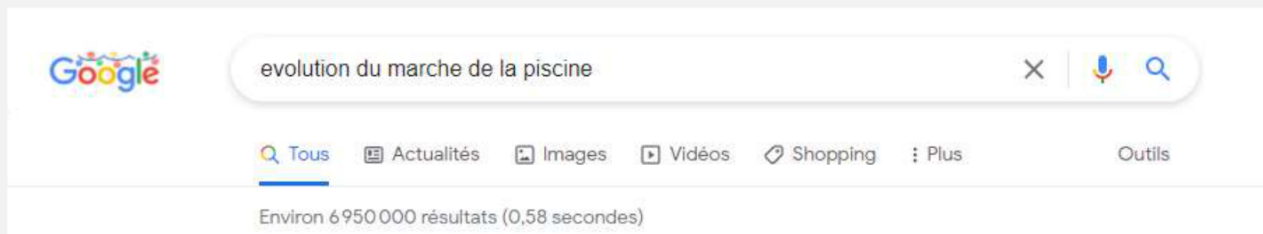
3/ A l'aide de la fiche ressource 1 « Préparer la veille commerciale » page 113 de votre livre définir les mots clés permettant de mener à bien votre veille.

4/ Tester vos propositions sur le moteur de recherche de votre choix. Vos résultats sont-ils pertinents ? Pourquoi ?

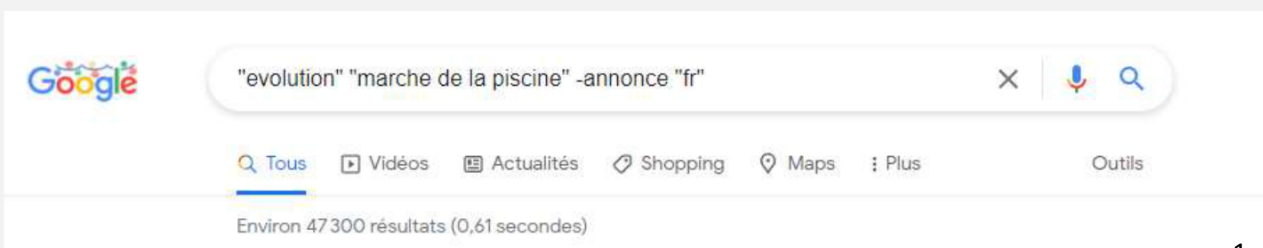
5/ Proposez des améliorations à apporter.

Mots clés	Sources d'informations	Informations recueillies (extrait)	Pertinence/ Améliorations
Evolution du marché	https://www.lepoint.fr/economie/boom-du-marche-de-la-piscine-en-france-16-11-2017-2172774_28.php	« À fin septembre, au cours des douze mois écoulés, le chiffre d'affaires du secteur s'élevait à 2,1 milliards d'euros (+11 % sur un an, après 1,9 milliard en 2016), selon les chiffres compilés par la FPP. »	J'ai effectué une première recherche sans les opérateurs booléens ce qui m'a donné 6 950 000 résultats ce qui n'est pas pertinents donc j'ai utilisé les opérateurs ainsi cela m'a permis de trouver les informations les plus importantes à travers moins de résultat soit 47 300.

Première recherche :



Deuxième recherche :



Mots clés	Sources d'informations	Informations recueillies (extrait)	Pertinence/ Améliorations
Profil des clients	https://www.ladepeche.fr/article/2001/06/04/222273-les-piscines-gagnent-du-terrain.html	« Le profil type de ces irréductibles amateurs d'eau douce : les couples avec enfants, et plus particulièrement les étrangers attirés par la douceur de vivre du Sud. »	J'ai effectué une première recherche sans les opérateurs booléens ce qui m'a donné 7 850 000 résultats ce qui n'est pas pertinents donc j'ai utilisé les opérateurs ainsi cela m'a permis de trouver les informations les plus importantes à travers moins de résultat soit 3 590.

Première recherche :



Deuxième recherche :



Mots clés	Sources d'informations	Informations recueillies (extrait)	Pertinence/ Améliorations
Les attentes et les besoins des clients	https://www.cupastone.fr/france-marche-piscine/	« Aujourd'hui, les piscines sont plus petites, moins coûteuses et mieux équipées pour satisfaire aux envies de tous les membres de la famille. »	J'ai effectué une première recherche sans les opérateurs booléens ce qui m'a donné 611 000 résultats ce qui n'est pas pertinents donc j'ai utilisé les opérateurs ainsi cela m'a permis de trouver les informations les plus importantes à travers moins de résultat soit 1 790.

Première recherche :

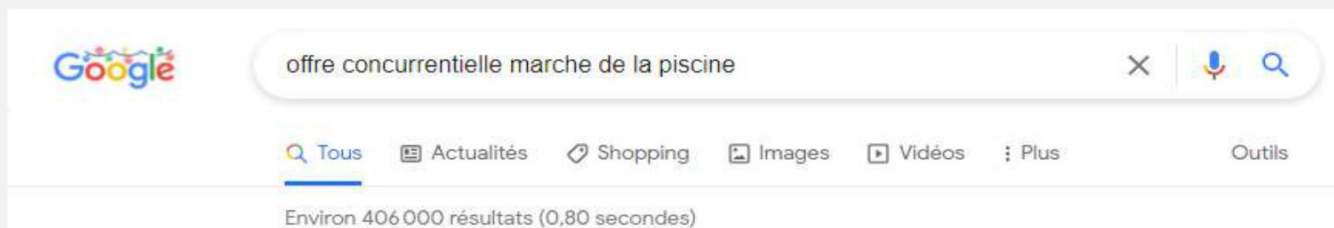


Deuxième recherche :



Mots clés	Sources d'informations	Informations recueillies (extrait)	Pertinence/ Améliorations
L'offre concurrentielle	https://www.xerfi.com/blog/La-France-championne-d-Europe-des-piscines_1234	« La concurrence étrangère s'affirme en effet à travers la massification des ventes de produits hors sol, importés de Chine à hauteur de 50% et ceux en provenance d'Espagne en hausse constante avec la montée en puissance de Fluidra qui y fabrique l'essentiel de ses produits. »	J'ai effectué une première recherche sans les opérateurs booléens ce qui m'a donné 406 000 résultats ce qui n'est pas pertinents donc j'ai utilisé les opérateurs ainsi cela m'a permis de trouver les informations les plus importantes à travers moins de résultat soit 1 380.

Première recherche :



Deuxième recherche :



6/ Avec le support numérique de votre choix, concevoir une fiche récapitulant les opérateurs qu'il est possible d'utiliser lors d'une recherche sur Internet.

OPERATEURS POSSIBLE D'UTILISER LORS D'UNE RECHERCHE SUR INTERNET.

Dans le cadre d'une recherche sur Internet, un opérateur booléen est une conjonction qui sert à filtrer les résultats en combinant ou en excluant des mots précis de la recherche.

Les différents opérateurs booléens :

AND	Associer des mots. Exemple « Voiture AND électrique » ; les pages contiendront les deux mots-clés.
OR	Faire une recherche sur un terme ou un autre. Exemple : « voiture OR véhicule » : les pages contiendront l'un ou l'autre des deux mots-clés.
-	Exclure un mot. Exemple : « « Voiture électrique » -Renault » : les pages qui s'afficheront traiteront de voiture électrique mais pas de la marque Renault.
« «	Faire une recherche sur une expression exactement identique.

Les opérateurs peuvent être associés entre eux.

Plusieurs combinaisons doivent être testées afin de recueillir le maximum de résultat :

- Exemple : « loi sécurité piscine » -annonces site : .fr intitle:loi

- « **loi sécurité piscine** » : restreint les résultats aux seules ressources proposant exactement cette expression ;

- **annonces** : retire des résultats les sites qui portent sur des annonces ;

- **Site :.fr** restreint les résultats aux seuls sites français (« .fr ») ;

- **intitle:loi** : permet de n'obtenir que les pages qui comportent le mot « loi » dans leur titre.

Activité 3 : Identifier les sources d'informations pertinentes (Organiser la collecte des informations).

7/ Quelles sources d'informations faut-il choisir ? Pourquoi ?

8/ Pour chaque source retenue analyser sa fiabilité et sa pertinence. Quels sont les critères à retenir ?

Sources d'information	Fiabilité	Pertinence	Critères à retenir
LES SOURCES PRIMAIRES	Le degré de confiance que l'ont peut accorder à l'information est fiable puisqu'elles proviennent directement de l'entreprise par des techniques marketing.	Cette source ne nous garantit pas une pertinence concernant les informations dont nous recherchons et ne correspondra pas nécessairement.	Les sources primaires ne seront pas retenues puisque nous ne disposons pas des techniques marketing comme des enquêtes auprès des clients ou encore d'une étude de marché.
LES SOURCES SECONDAIRES	Le degré de confiance que l'ont peut accorder est fiable mais pas autant que la source primaire puisque nous ne sommes pas en capacité de connaître tous les auteurs des informations publiées.	Cette source nous garantit une pertinence concernant n'importe quelles informations que nous recherchons.	Les sources primaires seront retenues puisque nous disposons des ressources comme les sites internet ou encore les sites des concurrents ce qui nous permet de répondre à la demande Mr Lapasset.

9/ Quelle fréquence de veille faut-il adopter ? Pourquoi ?

- La veille peut être réalisée de manière quotidienne ou hebdomadaire en fonction des besoins de l'entreprise, du flux d'information et des ressources disponibles. Dans notre situation, il s'agit d'une fréquence de veille automatique ce qui nous permettra de recevoir toutes les informations selon nos critères. Cela devra tout de même être contrôlé le plus régulièrement possible comme chaque soir par exemple pour éviter le surplus d'information et de consulter les nouvelles tendances ou les nouvelles actualités.

10/ Quelle stratégie de veille sera la plus pertinente ? Pourquoi ?

- La stratégie de veille la plus pertinente sera la méthode « push », en effet, elle consistera de manière automatique à « pousser » l'information vers nous en fonction de critères prédéterminés, par le biais de différents outils (flux RSS, par exemple), ce qui représente un gain de temps. Toutefois, cette méthode peut avoir pour inconvénient des flux d'informations très importants et pas toujours pertinentes.

11/ Quels outils de collecte de l'information proposez-vous compte-tenu des besoins et des contraintes formulées par monsieur Lapasset ?

- Les outils de collecte de l'information que je propose suite aux besoins et les contraintes formulées par monsieur Lapasset qui correspond au fait qu'il ne dispose d'aucun budget pour réaliser ce travail amène ce dernier à devoir utiliser soit les moteurs de recherche ou encore les flux RSS.

Voici en détails leurs avantages ainsi que leurs inconvénients :

Outils	AVANTAGES	INCONVENIENTS
Moteurs de recherche	<ul style="list-style-type: none"> • Gratuité ; • Nombreuses informations disponibles ; • Tri par mots-clés ; • Possibilité de créer des alertes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Temps important pour trier et analyser l'information ; • Toutes les informations n'y sont pas disponibles.
Flux RSS	<ul style="list-style-type: none"> • Gratuité ; • Information en temps réel des mises à jour d'un site. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les sources n'y sont pas disponibles ; • Risque de surinformation.

Activité 4 : Automatiser la collecte d'informations (Organiser et filtrer la collecte des informations)**12/ Monsieur Lapasset vous demande d'évaluer sa source d'informations privilégiée :**

<https://www.propiscines.fr>.

- La source d'information de Monsieur Lapasset est fiable et pertinente puisque nous retrouvons en effet tous les points nécessaires pour la réalisation de la veille comme l'évolution du marché, le profil des clients, les attentes et les besoins des clients.

Dans un premier temps nous pouvons constater qu'il s'agit d'un site sécurisé et officiel. En effet, il s'agit du site de la **Fédération des Professionnels de la Piscine (FPP)**. Le rôle de la FPP consiste donc à :

- Assurer la représentativité et la défense des intérêts moraux et matériels de la profession ;
- Étudier les questions d'intérêt général, techniques, économiques, administratives, juridiques concernant la profession ;
- Informer ses adhérents de l'évolution de ces questions ; constituer un lieu de rencontre entre ses membres et de coordination de leurs actions...



- On retrouve également les attentes et les besoins des clients :



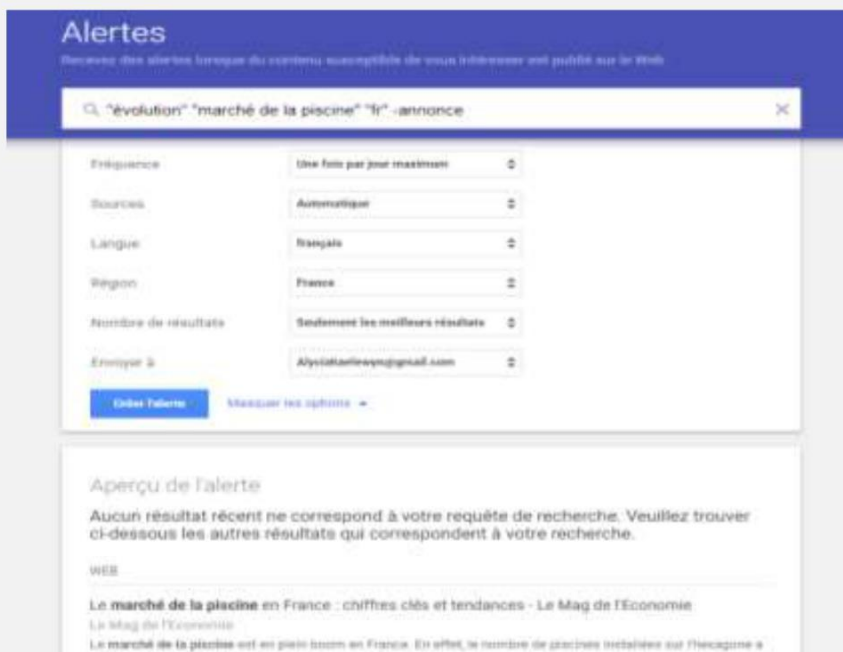
- On retrouve toutes les informations concernant le marché de la piscine et ces évolutions :



13/ A l'aide de la fiche ressource 3 « automatiser la veille » pages 116 et 117 de votre livre, de la vidéo précédente et de vos recherches personnelles monsieur Lapasset vous demande d'automatiser votre collecte d'informations à l'aide d'outils numériques (au moins deux).

- Automatisation concernant la collecte d'information à l'aide de Google Alerts :**

Ce service me permet de recevoir un e-mail lorsqu'une nouvelle page Web traite le sujet concerné (Evolution du marché, profil des clients, attentes et besoins des clients, offre concurrentielle). Lors de ma recherche, j'utilise d'ailleurs les opérateurs.



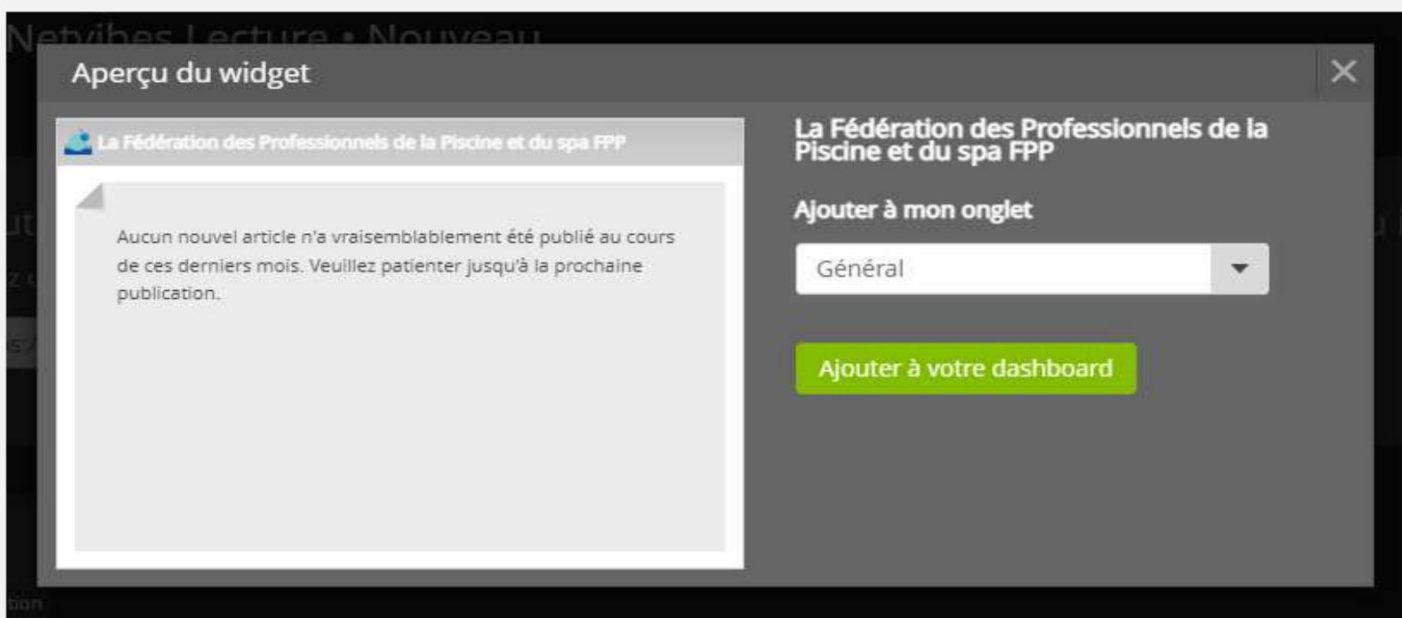
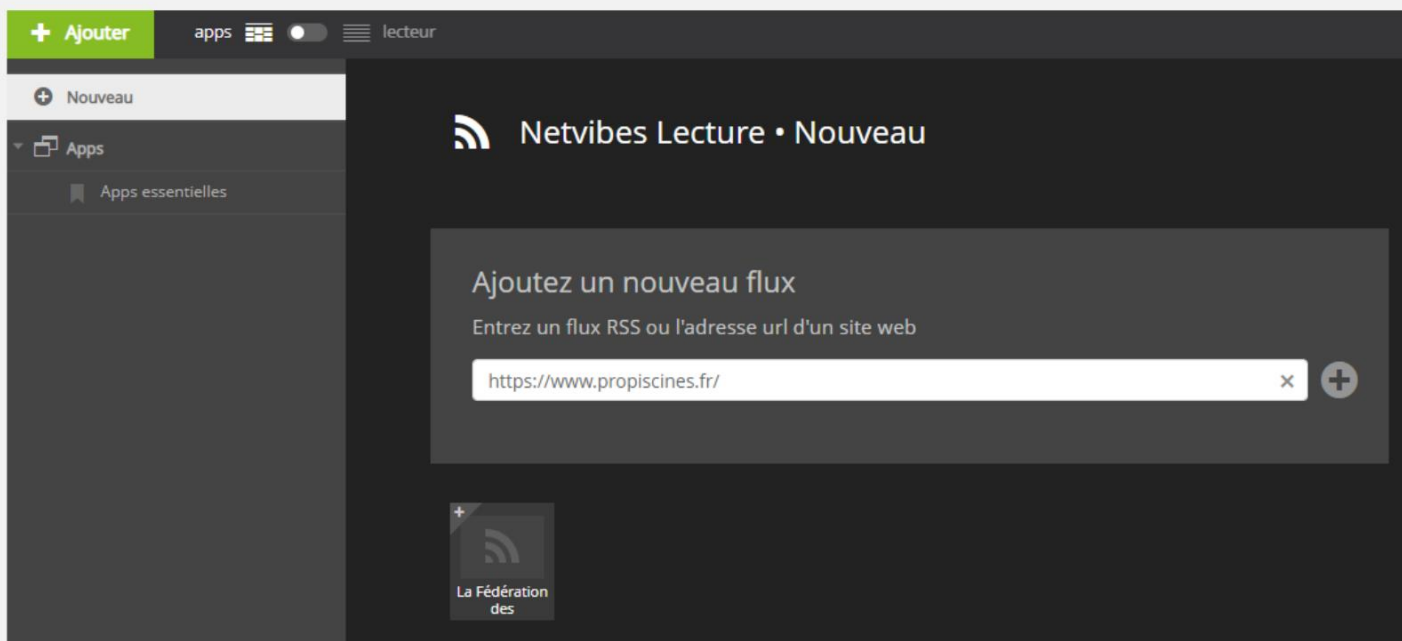
- Je sélectionne la fréquence qui correspond à la périodicité d'envoi soit : « Quand le cas se présente ».
- Je sélectionne le pays d'origine de l'information soit : « France ». Je veille à sélectionner une langue appropriée.
- Je sélectionne la source : « Automatique ».
- Pour finir, je valide l'alerte une fois tous les paramètres définis.

- **Automatisation concernant la collecte d'information à l'aide de Netvibes :**

Un agrégateur de flux RSS comme Netvibes permet de consulter en un seul endroit plusieurs flux RSS. Cela permet d'avoir une vue d'ensemble des nouveautés et d'éviter d'encombrer la boîte mail.

Afin d'organiser le Dashboard, il faut créer un onglet qui accueillera l'ensemble des flux RSS sur le thème donné.

Par la suite, je clique sur ajouter (en vert), puis je colle le lien du flux RSS de l'entreprise pro piscine à suivre, puis je clique sur + pour valider.



14/ Présenter vos choix et vos résultats dans une note de synthèse au format A4 (recto/verso maximum) à déposer sur l'intranet de l'entreprise.

Normandie Piscines

2 rue de la vigne
14650 Carpiquet
02 31 26 80 90

A Carpiquet,
Le 10/07/N

EMMETEUR(TRICE)	DESTINATAIRE(S)
Mme.HAELEWYN Collaboratrice	M. LAPASSET Responsable

Note de synthèse n°1 : Automatisation de la collecte d'information concernant le marché de la piscine.

Dans le cadre de la mise en place d'une veille commerciale, j'ai automatisé la collecte d'informations grâce à des outils permettant d'optimiser au maximum la veille documentaire.

Pour cela, j'ai donc privilégié la source d'information pro piscine qui après analyse est fiable et pertinente puisque nous retrouvons en effet tous les points nécessaires pour la réalisation de la veille comme l'évolution du marché, le profil des clients, les attentes et les besoins des clients.

I. Google Alerts :

Le service d'alertes de Google est très intéressant pour effectuer une surveillance automatique, vous n'avez rien à faire et vous serez informé par e-mail, en revanche il faut consacrer beaucoup de temps pour trier et analyser l'information. Pour effectuer une recherche il est d'ailleurs préférable d'utiliser les opérateurs.

II. Netvibes :

Un agrégateur de flux RSS comme Netvibes permet de consulter en un seul endroit plusieurs flux RSS. Cela permet d'avoir une vue d'ensemble des nouveautés et d'éviter d'encombrer la boîte mail.

III. Conclusion :

L'automatisation de la veille via Netvibes reste en effet l'outil le plus adapté. Suite à votre demande cela vous permettra de ne pas perdre de temps à rechercher l'information mais également de ne pas être submergé de mails chaque jour.

Mme. Haelewyn
Collaboratrice

Activité 5 : Analyser l'information collectée (Traiter les informations recueillies).

15/ A partir des informations collectées vous allez sélectionner les informations les plus pertinentes pour répondre à la demande de monsieur Lapasset quant à l'évolution du marché de la Piscine en France et plus particulièrement le profil des clients, l'évolution et les perspectives de ventes et de CA, l'offre concurrentielle et les possibilités de recrutement et d'emplois du secteur.

Les informations collectées les plus pertinentes pour répondre à la demande de monsieur Lapasset.

L'évolution du marché de la Piscine en France : La population cherche à prendre soin de ses espaces extérieurs, d'autant qu'elle envisage désormais de prendre des vacances à domicile, faute d'avoir pu prendre le large aussi facilement qu'auparavant. Ainsi, en 2020, le nombre de piscines privées installées a augmenté de 30 % par rapport à 2019. C'est donc près de 180 000 nouveaux bassins qui ont été vendus.

Le profil des clients : Une majorité de foyers (56 %) ont déjà défini un budget d'en moyenne 17 700 euros. 47 % des foyers souhaitent acheter leur piscine comptant, tandis que 41 % opteront pour un crédit.

L'entretien s'avère un frein majeur à l'achat d'une piscine pour les Français. Selon la Fédération des professionnels de la piscine, 65 % des Français intéressés par une piscine ne passent pas à l'achat à cause du coût de l'entretien. Pour 59 % d'entre eux, c'est aussi l'inquiétude de devoir y consacrer trop de temps qui les pousse à renoncer au projet.

L'évolution et les perspectives et de CA : Le poids économique de la piscine est conséquent : en 2014 son CA atteint 1.5 Mds€ soit l'équivalent du secteur du nautisme. Le dynamisme du secteur s'illustre également par un taux élevé d'exportation chez les fabricants de matériels (20% de leur CA).

L'offre concurrentielle : Pour s'adapter à l'évolution du marché, ces professionnels se spécialisent davantage dans la rénovation des bassins : remplacement à l'identique, amélioration, restructuration, relooking. Pour faire la différence avec la concurrence, le pisciniste développe par ailleurs son service client en assurant un service après-vente réactif et efficace ou en prodiguant des conseils.

Les possibilités de recrutement et d'emplois du secteur : Le secteur de la piscine est créateur d'emplois dans le neuf comme dans l'entretien, la maintenance et la rénovation des bassins existants. Les effectifs des vendeurs de piscines ont fortement diminué durant la crise de 2007-2009, contrairement à ceux des fabricants de matériels, qui restent stables depuis dix ans.

A ce jour, on compte près de 25 000 emplois directs, auxquels on doit ajouter autant d'emplois indirects et induits, soit un total de 50 000 emplois.

Activité 6 : Diffuser le résultat de sa veille (Exploiter les informations sélectionnées).

16/ Quel outil de diffusion de votre veille est-il possible de proposer à monsieur Lapasset ?

- Outil de diffusion de la veille possible de proposer à monsieur Lapasset sera la newsletter, c'est un outil incontournable de diffusion de la veille. La newsletter est l'une des méthodes de diffusion de l'information les plus efficaces. Ses enjeux sont multiples. Elle permet de tenir informés les collaborateurs des informations de la veille effectuée, afin que ceux-ci puissent en tirer des décisions stratégiques. La newsletter permettra d'informer ses collaborateurs.
- Les newsletters sont des **outils de communication écrite dont la transmission est effectuée en envoyant des emails aux abonnés**, les utilisateurs qui se sont volontairement inscrits à la liste d'émailing.

17/ Monsieur Lapasset vous demande d'utiliser un outil numérique de type infographie et de proposer votre synthèse à déposer sur l'intranet de l'entreprise.

