



Veille et Analyse Concurrentielle

Lien : <https://maroc-performance.com/formation/veille-et-analyse-concurrentielle>

 DURÉE
3 jours (21h)

 RÉFÉRENCE
MC15

 CATÉGORIE
**Etudes Marketing et
Veille Marketing**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Acquérir une méthodologie dans la démarche de veille
- ✓ Construire une veille proactive pour anticiper les mutations consommateurs et les stratégies des concurrents
- ✓ Connaître les outils de veille à disposition
- ✓ Augmentez votre compétitivité et votre productivité
- ✓ Surveiller les actions de vos concurrents, les analyser et les exploiter au mieux lors de vos décisions stratégiques

POUR QUI ?

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



Programme détaillé

1 / Les objectifs et enjeux de la veille

- Définition de la veille, de l'intelligence économique
- Le rôle de la veille marketing et commerciale
- Limites de la veille
- Relation avec les autres veilles de l'entreprise
- Les structures en charge de la veille marketing et commerciale. Synergie marketing/vente

2 / Les principes et étapes de la veille

- Les principes : proactivité, les signaux faibles, éthique et sécurisation de l'information
- Méthode pour sélectionner les champs de veille prioritaires et pour choisir l'outil de veille approprié
- Organiser la récolte des renseignements, repérer l'information utile et savoir la valider
- Rendre l'information "intelligente"
- Avoir un système de classement et de diffusion de la veille

3 / Anticiper les stratégies des concurrents

- Qui sont nos concurrents ? Anticiper les nouveaux entrants et les ruptures technologiques
- Les 5 questions clés à se poser sur un concurrent
- Analyse critique de l'offre concurrente et scénarios concurrentiels
- Stimulation, organisation et exploitation des remontées terrain
- Mener une analyse concurrentielle et une veille concurrentielle pendant un salon
- Deux approches de veille : le Benchmarking concurrentiel et la méthode des groupes stratégiques

4 / La connaissance des clients en B to C et en B to B

- Quelles informations chercher pour anticiper la demande client
- Méthodologies d'étude appropriées à la recherche et à la veille

5 / Etude des concurrents

- SWOT : forces, faiblesses, menaces et opportunités
- Autres outils d'Etude
- Analyse des outils de gestion
- Analyse des différentes fonctions de l'entreprise (marketing, finance...)

6 / Objectifs de la veille concurrentielle

- Introduction à la veille (cycle, acteurs...)
- Définition des informations à rechercher
- Collecte des informations concurrentielles
- Traitement des données trouvées
- Retransmission des informations

7 / Identification des sources d'information

- Sources primaires ou secondaires, sources formelles ou informelles
- Elaboration d'un plan de recherche
- Outils et méthode de Collecte d'informations

8 / Réseaux de veille et Elaboration du Plan de Veille

- Création et mise en place de réseaux de veille
- Définition du budget
- Détermination d'indicateurs de performance

🔧 Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

🔄 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone** : +212 522 247 210

✉️ **Email** : contact@maroc-performance.com

🌐 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

Document généré le 24/10/2026 — Réf : MC15
Maroc Performance — Tous droits réservés