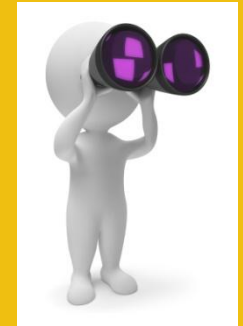


## Pour qui ?

Une équipe marketing, une organisation commerciale terrain, une équipe dans l'univers de la distribution.

## Objectifs :

Intégrer une méthode pour faire de la veille marketing.  
Identifier l'information sur l'offre et la demande.  
Traiter, analyser et utiliser l'information disponible.  
Optimiser sa veille en utilisant internet.



© Anatoly Maslennikov / Fotolia

## Programme :

### 1. Cerner les enjeux et les principes de la veille

- Repérer l'information utile et la diffuser
- Surveiller les opportunités de l'environnement
- Anticiper les menaces de l'environnement
- Appréhender les principes de la veille : pro activité, signaux, sécurisation de l'information

### 2. La veille commerciale

- Anticiper la demande des clients et proposer de nouveaux produits
- Identifier de nouveaux clients
- Surveiller le suivi des campagnes de communication
- Surveiller son image

### 3. La veille concurrentielle

- Identifier les concurrents les plus menaçants
- Identifier l'apparition de nouveaux concurrents
- Surveiller la communication de ses concurrents et ajuster son argumentation commerciale
- Réfléchir à des stratégies commerciales plus efficaces

### 4. La veille sur internet

- Maîtriser les méthodes de recherche sur internet
- Utiliser les bonnes sources d'information
- Discerner les atouts et les limites de la veille sur internet

## Les + pédagogiques :

- Travail préparatoire avec l'entreprise, recensement de l'existant, recours à la créativité.
- Travaux en groupe avec apports méthodologiques, exercices en ateliers et prise d'engagements.

Commercial, Marketing et  
Distribution