

L'intelligence économique : un atout pour les entreprises



Présenté par

Nadia Yakoubi: étudiante master 2 Intelligence
économique et gestion d'innovation.

INSTITUT SUPERIEUR ECONOMIE ADMINISTRATION GESTION – IAE Saint Etienne

Sommaire

1. Introduction
2. Intelligence économique
3. Réseaux sociaux d'entreprise
4. Conclusion

I - Introduction



Introduction

Les avancés technologiques, et les nombreuses innovations imposent aux acteurs économiques de **se tenir régulièrement informés**, mais aussi de mettre en place des **outils et des politiques adéquats afin d'utiliser l'information de façon optimale et stratégique** pour le développement de leurs activités.

Gérer l'information est devenu un véritable défi. *La réussite d'une entreprise dépend de sa capacité à appréhender et à gérer l'information.* Les acteurs économiques se sont donc dotés de moyens pour mieux gérer et utiliser l'information. On parle à ce titre de plus en plus d'intelligence économique et de travail collaboratif.

Introduction

Problématiques traitées

- ✓ **Qu'est-ce-que l'intelligence économique ?**
- ✓ **Comment l'intelligence économique peut-elle être un atout stratégique pour les cabinets d'expertise comptable et leurs clients ?**

II – Précisions sur la notion « Intelligence Economique »



Définition du concept « IE »

« Mode de gouvernance dont l'objet est la maîtrise de l'information stratégique et qui a pour finalité la compétitivité et la sécurité de l'économie et des entreprises. »

Alain Juillet

Définition du concept « IE »

Dans un monde où *l'omniprésence de l'information* constitue *une matière première stratégique*, l'intelligence économique permet de surveiller les évolutions du marché avec des outils adaptés.

surveiller la concurrence et les nouveautés du marché est devenu indispensable à toute entreprise, l'intelligence économique est différente de l'espionnage économique car elle utilise des moyens légaux.

Définition du concept « IE »

L'intelligence économique peut être définie comme *l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement et de distribution de l'information*, en vue d'une exploitation efficace pour les acteurs économiques.

Définition du concept « IE »

L'intelligence économique est un mode de gouvernance, un état d'esprit ...

L'intelligence économique est un véritable mode de gouvernance (**pilotage+contrôle**) de l'entreprise, dont l'action doit se retrouver et se mesurer dans toutes **les composantes de son capital immatériel** (capital actionnaires, capital clients, capital marques, capital environnemental et sociétal, capital fournisseurs et partenaires, capital humain, capital organisationnel, capital savoir-technologique, capital systèmes d'information).

Définition du concept « IE »

- ❑ Dans son approche globale, l'intelligence économique se fonde sur la maîtrise de l'information et la **production de connaissances nouvelles**.
- ❑ L'Intelligence Economique s'inscrit comme un nouveau mode de **management** des connaissances basé sur **la gestion optimale de l'information**.

Définition du concept « IE »

Les finalités de l'intelligence économique appliquées à l'entreprise

L'intelligence économique permet à l'entreprise de **s'adapter** à son environnement par :

- la prise des bonnes décisions dans un environnement flou et incertain
- la gestion efficiente de la sous information, sur-information, désinformation et mésinformation

Définition du concept « IE »

Les finalités de l'intelligence économique appliquées à l'entreprise

- ✓ **Influencer** son environnement (commence par l'étape de recherche de l'information, jusqu'à la prise de décision finale)
- ✓ **Se protéger** des menaces de l'environnement via la protection et la sécurisation des informations

Les étapes de la démarche « IE »

- A. **Expression des besoins**
- B. **Collecte des informations**
- C. **Traitement de l'information**
- D. **Diffusion des informations utiles**
- E. **Protection des informations stratégiques**

Les étapes de la démarche « IE »

A - L'expression des besoins

L'expression des besoins consiste à déterminer les informations **utiles** et **prioritaires** dont les décideurs auront besoin pour assurer le développement de leur l'entreprise.

Les étapes de la démarche « IE »

B - Collecte des informations

Elle consiste à faire des **collectes quotidiennes des documents**, à enrichir la base documentaire existante par des documents nouveaux et externes, suivant les besoins déjà fixés préalablement.

Les étapes de la démarche « IE »

B - Collecte des informations

1 - Identifier les sources

- Sources internes : collaborateurs, stagiaires, banques de données, dossiers des clients.
- Internet : sites institutionnels, les blogs et les forum, les réseaux sociaux ...
- Sources externes : salon, foires, expositions, presse, réseaux,
- Sources spécialisées : cabinets spécialisés...

Les étapes de la démarche « IE »

B - Collecte des informations

2 – La collecte proprement dite

Elle peut être caractérisée comme suit :

- **Humaine** : Compte-rendu, rapport, etc...
- **Semi-automatique** : Flux d'informations RSS
- **Automatique** : Outils informatiques de veille internet

Les étapes de la démarche « IE »

C - Traitement de l'information

- **Classification** : trier, classer, indexer, et stocker l'information.
- **Analyse** : La **fouille de textes** ou l'extraction de connaissances dans les textes (text-mining) et les statistiques sur un périmètre donné.

Les étapes de la démarche « IE »

D - Diffusion de l'information utile

- ❑ Les résultats de la veille doivent être analysés et interprétés.
- ❑ Pour pouvoir bâtir un plan d'action, il est nécessaire de constituer un tableau de bord de la veille lisible par tous les destinataires.

Ce tableau est une synthèse des informations majeures

Les étapes de la démarche « IE »

D - Diffusion de l'information utile

- ✓ Les destinataires pourront **partager** tout ou une partie de l'**information** traitée en fonction de sa **confidentialité**.
- ✓ Ce partage d'informations peut avoir lieu en demandant aux parties prenantes, telles que les collaborateurs, d'**enrichir** les résultats de commentaires sur des blogs et des forums pour recueillir des avis ou bien poser des questions en relation avec sujet traité.

Les étapes de la démarche «IE»

E - La protection de l'information stratégique

Elle consiste à protéger les données sensibles, le savoir-faire et tous les actifs stratégiques en mettant en place des mesures informatiques, organisationnelles, humaines et juridiques adéquates.

Les étapes de la démarche « IE »

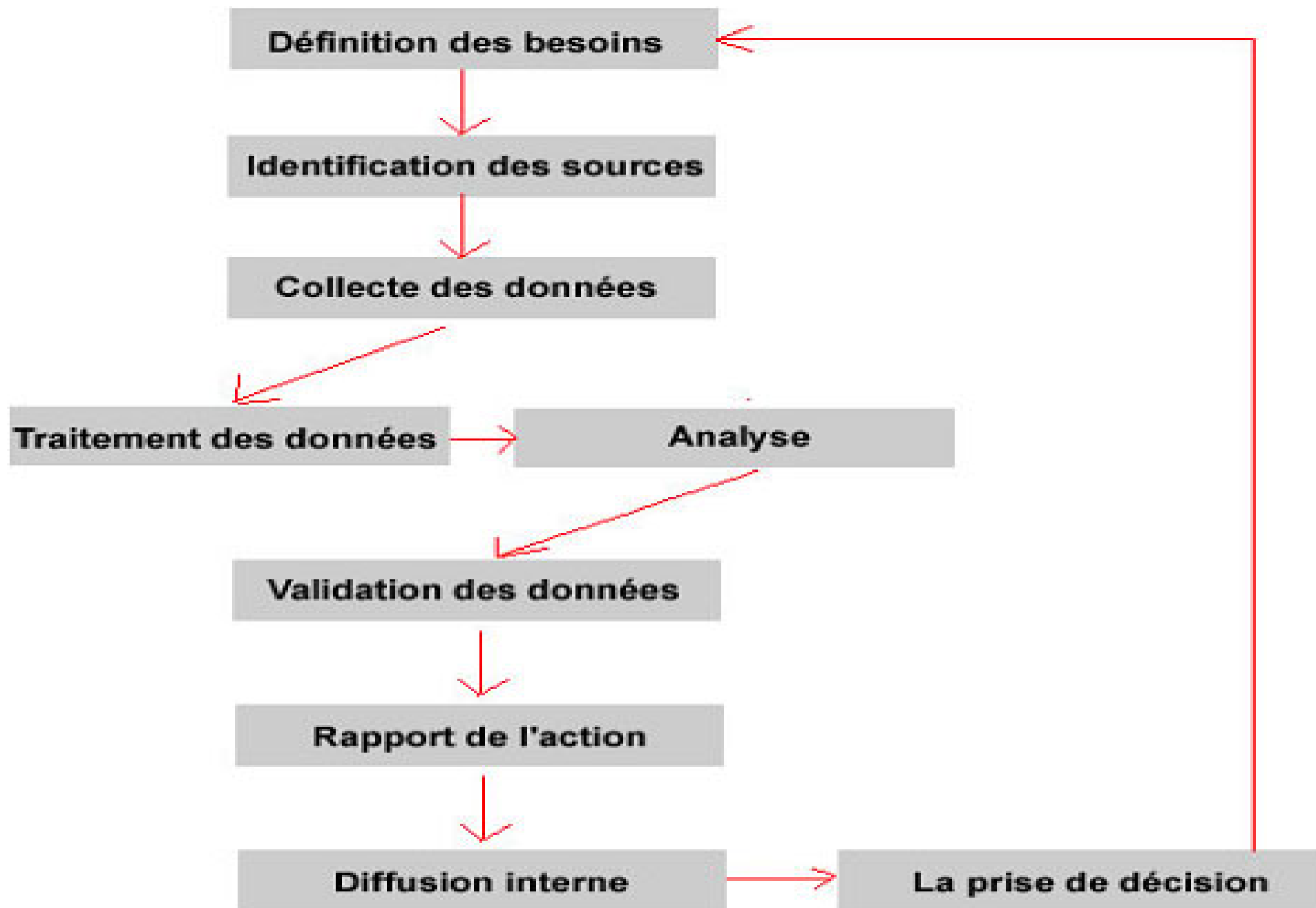
Pour résumer, sept étapes clef identifiées:

- ❑ **Naissance** d'une idée d'action suite à la capture d'une information décisive,
- ❑ **Qualification et regroupement** des informations captées par une recherche ciblée de renseignements,
- ❑ **Décision d'action** du dirigeant et initialisation de cette dernière par l'émission d'une directive,

Les étapes de la démarche « IE »

- ❑ **Création** d'un espace cryptique (groupe de personnes) pour analyse de l'environnement et transformation de l'information en connaissance exploitable,
- ❑ **Rédaction** d'un plan d'action,
- ❑ **Mise en œuvre** et suivi du plan d'action,
- ❑ **Etablissement** du bilan du plan d'action mené.

Pendant la démarche, les acteurs sont alimentés par des informations essentielles



Les étapes de la démarche «IE»

En effet, L'Intelligence Economique recouvre à la fois les domaines suivants :

- **L'anticipation,**
- **La protection de l'information,**
- **Le lobbying**

Les étapes de la démarche « IE »

L'anticipation grâce à la veille, peut prendre différentes formes :

- ✓ **Environnementale,**
- ✓ **Juridique,**
- ✓ **Concurrentielle,**
- ✓ **Technologique,**
- ✓ **Commerciale, comptable et financière,..**

Les étapes de la démarche «IE»

F - La veille stratégique

« **La Veille Stratégique** est un système d'aide à la décision qui observe et analyse l'environnement scientifique, technique, technologique et les impacts économiques présents et futurs pour en déduire les menaces et les opportunités de développement. Elle s'appuie essentiellement sur les informations ayant un caractère stratégique ou décisions importantes lui associant le terme de **veille stratégique** »

David Coudol & Stéphane Gros.

Les étapes de la démarche « IE »

F- La veille stratégique

- Détecter les menaces : il est indispensable à une entreprise qui veut être en croissance sur ses marchés, de connaître les risques qu'elle peut rencontrer par rapport à son domaine d'activité.
- Saisir les opportunités de développement : créer des nouveaux produits et des services, devenir plus performant, mieux vendre, et surtout obtenir un avantage compétitif.

Les étapes de la démarche « IE »

La protection de l'information et de manière plus large de l'ensemble des savoir-faire et des actifs stratégiques appartenant à une organisation (dépôt à l'INPI, mise en place de contrats d'assurance spécifiques, sécurisation des systèmes d'information, ...)

Les étapes de la démarche « IE »

Le lobbying

- **Influer l'environnement** à travers des actions de lobbying ou de communication d'influence, en *utilisant l'information comme levier d'action*, permettant de promouvoir des intérêts dans un cadre légal.

Les étapes de la démarche « IE »

L'efficacité de la démarche IE repose sur :

- L'efficacité des réseaux, des circuits de l'information,
- La mobilisation des pouvoirs publics
- Une démarche d'anticipation individuelle et collective,
- Une connaissance de l'environnement et des réseaux
- Une méthode structurée
- La valorisation du « donneur » d'informations

Les outils d'intelligence économique

A ce jour, *les solutions d'Intelligence Economique* se situent entre les logiciels de veille, recherche d'informations, partage d'informations, analyse stratégique, et le *Knowledge Management*.

Les principaux acteurs de logiciels de veille sont : *Ami, Digimind, Iscope, Ixxo, KB Crawl, Knowings, Temis, sindup.*

Les outils d'intelligence économique

Les critères de choix des outils d'IE

- **La capacité à atteindre et à tamiser le web.**
- **La qualité d'analyse des informations** validées par les veilleurs, pour en dégager la volumétrie, les tendances émergentes et stratégiques,
- **La qualité de traitement de l'information** via une analyse sémantique puissante et paramétrable pour indexer les documents collectés et les référencer (base documentaire),

Les outils d'intelligence économique

Les critères de choix des outils d'IE

- **Les options disponibles** : enrichissement par les documents externes, création d'une newsletter, diffusion automatique d'alertes.
- **Le partage des informations**, de leurs analyses, créations/éditions de tableaux de bord individuels personnalisables (via le web et une simple connexion internet).

Réseaux sociaux d'entreprise



Intelligence collective et réseaux sociaux dans l'entreprise

Définitions pratiques

- ❑ **donnée** : « information numérique, donc structurée, à l'état brut »
- ❑ **information** : « élément non structuré manipulé par les hommes et les systèmes »
- ❑ **connaissances** : « nouvelles informations obtenues par un processus intelligent »
- ❑ **savoir-faire** : « ensemble de connaissances nécessaire pour réaliser une tâche précise »

Les données et les informations peuvent être internes à l'organisation, (ses propres processus), ou externes (issues du marché)

Intelligence collective et réseaux sociaux dans l'entreprise

La notion de transformation par un processus intelligent, de données et d'informations en connaissances est confirmée par LANGELIER (2005) qui écrit : « lorsqu'on met l'accent sur l'information, on se situe dans l'univers de la donnée. Or la donnée acquiert une signification porteuse pourvu qu'elle soit intégrée dans un contexte et un usage. Elle devient alors une connaissance. La gestion des savoirs renvoie donc essentiellement à un processus de création de sens »

Intelligence collective et réseaux sociaux dans l'entreprise

L'intelligence collective permet de transformer de l'information en connaissances exploitables et capitalisables :

Un des outils existants pour atteindre cet objectif majeur:
les réseaux sociaux

- *Qu'est -ce- qu'un réseau social ?*

Intelligence collective et réseaux sociaux dans l'entreprise

Définition d'un réseau social

Un réseau social est « *un dispositif visant à créer ou développer les liens sociaux entre les participants ; une plateforme de réseau social se caractérise par la mise en avant de ses membres, de leurs activités au détriment des ressources. L'organisation de l'information est orientée autour de l'utilisateur, de l'activité ou de la conversation* »

POINSOT et RAYROLE (2010).

Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Nous pouvons classer les réseaux sociaux en trois catégories suivant leur périmètre d'action :

- **Réseau Social Grand Public**
- **Réseau Social Professionnel**
- **Réseau social d'Entreprise**

Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Réseau Social Grand Public : accessibles sur Internet, ces réseaux sociaux sont ouverts à tous sans restriction ; l'étoile montante est **Facebook**.

Viadeo et **LinkedIn** proposent une offre plus adaptée et orientée au monde professionnel.

Toutefois, Facebook tend aujourd'hui à se « professionnaliser » (entreprises présentes sur le site)

Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Réseau Social Professionnel : la participation à un réseau social professionnel permet à une entreprise de partager son expertise en dehors de son cadre, de se faire identifier et connaître des tiers (prescripteurs, clients, prospects, etc...). **Viadeo et LinkedIn** peuvent répondre aux besoins basiques et sécurisés de communautés de professionnels autour de leur expertise, tout en permettant également des restrictions d'accès (groupes de travail privés).

Exemple: **Pacioli** (réseau social de l'IFEC lancé en sept 2010)

Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Réseau Social d'Entreprise : l'entreprise propose une structure d'accueil pour ses collaborateurs, ses partenaires et ses clients.

L'entreprise ne se focalise pas seulement sur cette structure interne : elle est attentive à ce qui peut la concerner sur les réseaux sociaux grand public et y joue un rôle actif. De même, elle peut organiser sa représentation dans les réseaux sociaux professionnels par les contributions et apports de ses experts.



Synthèse	Apport immédiat et direct	Apport à moyen terme et collectif	Alignement vers une stratégie d'entreprise
Social CRM	Donner la parole aux clients et aux prospects	Mieux comprendre les attentes des clients, identifier les idées originales pour enrichir les produits/services	Open-innovation
Social Networking	Présenter ses compétences et ses centres d'intérêt	Se mettre en relation avec des collaborateurs partageant des centres d'intérêt. S'appuyer sur des compétences sortant du champ professionnel direct	Mémoriser le savoir faire informel de l'organisation : entraide, transfert de compétences, fidélisation des collaborateurs, faciliter les mobilités internes, développer les liens internes
Social Messaging	Créer des fils d'information	Constituer des sources d'information filtrées par des personnes connues (confiance) et partageant des centres d'intérêt (recommandations)	Fluidifier la circulation de l'information
Social collaboration	Initier simplement une collaboration	Mise en relation d'expertise complémentaire	Intelligence collective
Social KM	Collecter simplement, à la volée, pouvoir partager les informations collectées	Identifier des collaborateurs partageant des centres d'intérêt ou des expertises. Partage collectif du fruit d'une veille valorisée par l'analyse de l'expert	Constituer un capital, un potentiel de savoir- faire mobilisable. Valorisation de l'information par les mécanismes de recommandation ; valorisation des expertises

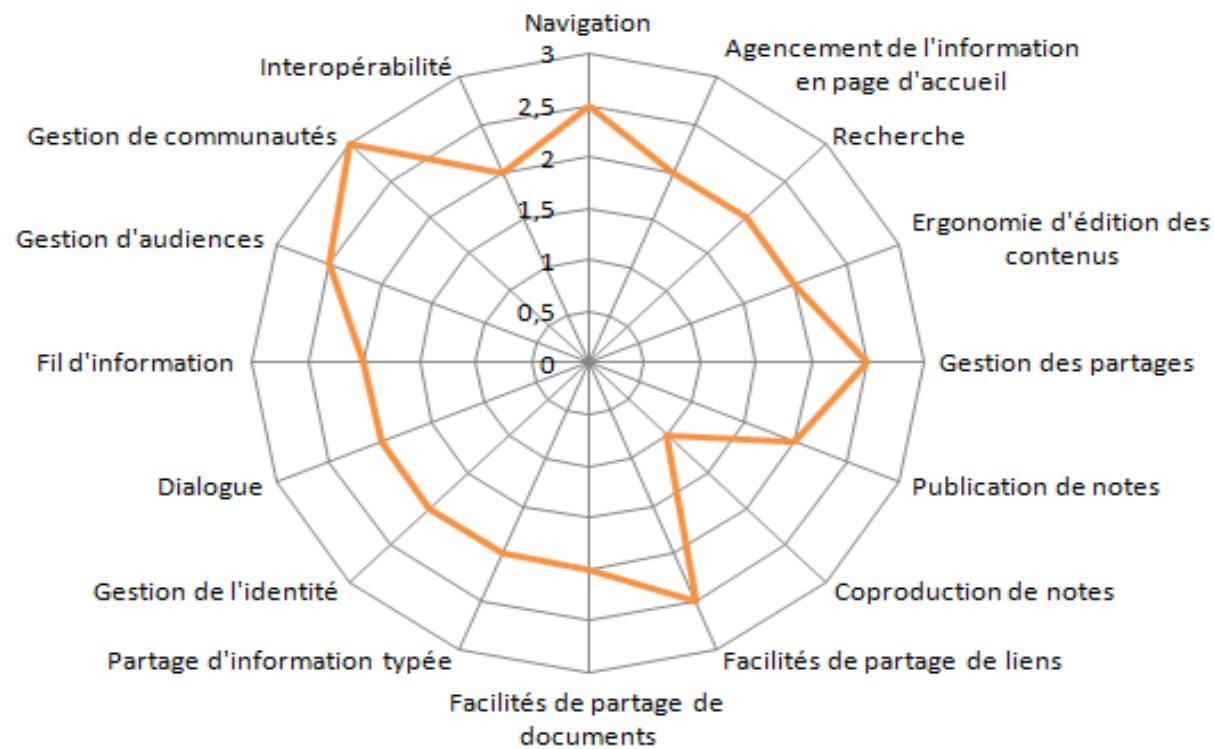
Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Finalité des réseaux sociaux d'entreprise

- ❑ Engager le dialogue et l'échange avec ses clients (social CRM),
- ❑ Développer le capital social des collaborateurs (social networking)
- ❑ Faciliter la circulation/diffusion de l'information (social messaging)
- ❑ Collaborer simplement et efficacement (social collaboration)
- ❑ Augmenter son capital savoir et savoir-faire (social KM)

Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Fonctionnalités :



Typologie, finalités et fonctionnement des réseaux sociaux

Règles du jeu fondamentales

- ✓ **Se créer** une existence numérique (être visible sur les réseaux),
- ✓ **Accepter la transparence** et l'ouverture des réseaux,
- ✓ **Accepter de recevoir** des demandes de mise en relation, émises par des membres intéressés par son identité numérique,
- ✓ **Engager la conversation** et l'échange (être contributeur/actif).

Apports des réseaux sociaux d'entreprise

Au-delà des outils « web 2.0 » permettant à une communauté de mieux communiquer et de mieux capitaliser (par opposition aux outils antérieurs, mail et partage de fichiers), le réseau social peut permettre à l'entreprise, au management et au chef de projet :

- ❑ Une identification des acteurs les plus pertinents pour composer le groupe, en terme d'expertise et de capacité à travailler ensemble (par exemple, sur leurs activités / expériences),
- ❑ Un apport ponctuel d'experts découverts et identifiés grâce à leur réputation dans le réseau,

Apports des réseaux sociaux d'entreprise

- **Une socialisation des échanges** induite par le jeu des conversations et l'autorégulation du groupe (constats faits à ce jour par les entreprises déjà engagées dans la démarche, à articuler avec la problématique de conduite / accompagnement du changement),
- **Une veille collaborative** assurée par des éléments externes au groupe, sous forme d'informations « push » délivrées automatiquement aux membres du groupe par le jeu de leurs préférences déclarées/référencées,
- **Une organisation des connaissances** qui emporte l'adhésion, car la seule organisation des connaissances efficace et durable est aujourd'hui celle qui est choisie collectivement.

Critiques / limites des réseaux sociaux d'entreprise (perceptions)

- Les réseaux sociaux sont une source de perte de temps et de distraction dans les entreprises. Ces nouveaux outils sont à manier avec précaution... (perte de productivité), s'ils servent davantage à des fins personnelles que professionnelles,
- La mise en place d'un réseau social peut susciter une résistance au changement (déstabilisation de l'organisation, des relations sociales),
- Les risques de divulgation d'informations à l'extérieur, de propagation de messages malveillants, d'atteinte à la vie privée, sont importants

CONCLUSION



Conclusion

Conditions et facteurs déterminants dans la démarche « IE »

- **Volonté** de la direction,
- **Sensibilisation et « éducation »** du personnel aux apports concrets de l'IE, à la pratique « terrain » dans l'entreprise
- **Sensibilisation du personnel** sur la sécurité du système d'information et sa protection,
- **Intervenant pilote « IE » dédié** au sein de l'organisation, en charge de conduire le projet de mise en place d'une démarche Intelligence Economique et d'un réseau social.

***JE VOUS REMERCIE
POUR VOTRE ATTENTION***

