BTS MCO • DRCVC • 2e Année

Chapitre 1

Veille commerciale approfondie

Introduction au module de développement de la relation client et vente-conseil (DRCVC) — intelligence économique et décision commerciale.



Pourquoi la veille commerciale est stratégique

**Un dispositif organisé de surveillance de l'environnement commercial —
pour transformer des informations dispersées en connaissances utiles à la décision.**



Collecter → **Trier** → **Analyser** → **Exploiter**

Adapter l'offre

Ajuster produits, prix et assortiment en temps réel.

Préparer la vente-conseil

Argumenter avec pertinence face au client.

Renforcer la fidélisation

Anticiper les attentes et retenir la clientèle.

Surveiller l'e-réputation

Détecter les signaux d'insatisfaction en ligne.

U41 — BLOC DE COMPÉTENCES 1

Compétence BTS MCO : Assurer la veille informationnelle



Rechercher

Identifier et localiser les sources d'information pertinentes



Mettre à jour

Actualiser régulièrement les informations collectées



Mobiliser le numérique

Exploiter les ressources et outils numériques disponibles



Sélectionner

Retenir les informations fiables et utiles à la décision



Hiérarchiser

Classer selon la pertinence, la fiabilité et l'actualité



Exploiter

Transformer l'information en aide à la décision commerciale

L'étudiant doit démontrer non seulement ce qu'il a observé, mais aussi pourquoi c'est pertinent et comment cela influence l'action commerciale.

Sources et typologies d'informations

Trois axes de classification pour une veille professionnelle



Origine

D'où vient l'information ?

Interne

CRM, tickets de caisse, cartes de fidélité, tableaux de bord, SAV, retours vendeurs

Externe

Marché, concurrence, réglementation, réseaux sociaux, salons, comparateurs



Structuration

Comment est organisée l'information ?

Structurées

Ventes, stocks, indices de prix

Semi-structurées

Formulaires, enquêtes, comptes rendus

Non structurées

Verbatims clients, commentaires en ligne, posts sociaux



Accessibilité juridique

Peut-on légalement y accéder ?

Blanche

Librement accessible et publique

Grise

Licite mais difficile à obtenir

Noire

Protégée ou obtenue de façon illicite — à exclure absolument

La performance commerciale ne justifie pas des pratiques déloyales.

Les cinq familles de veille commerciale

Panorama des domaines de surveillance à maîtriser en unité commerciale omnicanale



Veille concurrentielle

Concurrents, prix, offres, positionnement



Veille marché

Tendances, demande, comportements clients



Veille technologique

Innovations, outils, solutions digitales



Veille réglementaire

RGPD, normes, obligations légales



Veille e-réputation

Avis, commentaires, signaux d'insatisfaction

Le cycle de veille en six étapes

Un processus continu : collecter, analyser, décider



La formule de hiérarchisation : $S = \alpha \times R + \beta \times F + \gamma \times A$ (R = pertinence, F = fiabilité, A = actualité)

Zone de chalandise et connaissance client omnicanal

Analyser l'aire d'influence et construire une vision client à 360°





Consolider les données de chaque canal pour une décision commerciale personnalisée.

Besoin → Recherche → Comparaison → Achat → Usage → Post-achat

Veille concurrentielle et positionnement

Surveiller pour mieux se positionner : s'aligner, se différencier ou saisir une opportunité.



Assortiments

- Largeur et profondeur de gamme
- Modernité des références
- Présence de marques propres

Prix & Promotions

- Structure tarifaire concurrente
- Fréquence et intensité des promos
- Programmes de fidélité adverses

Expérience client

- Parcours en point de vente
- Dispositifs digitaux en magasin
- Services annexes et click-and-collect

Communication

- Canaux et tonalité utilisés
- Événements et campagnes
- Présence et activité sur les réseaux

DÉCISION STRATÉGIQUE | S'aligner • Se différencier • Combler un retard • Exploiter une niche

Outils numériques au service de la veille

CRM · Business Intelligence · Social Listening · Intelligence Artificielle



CRM

Gestion de la relation client

Salesforce · HubSpot · Zoho CRM

Historique client, segmentation, suivi des interactions



Business Intelligence

Tableaux de bord & analyse de données

Power BI · Tableau · Qlik Sense

Visualisation des KPI, détection des tendances de vente



Social Listening

Surveillance des avis & réseaux sociaux

Mention · Talkwalker · Brandwatch · Hootsuite

E-réputation, signaux faibles, satisfaction client en ligne



Intelligence Artificielle

Automatisation & détection avancée

NLP · Analyse de verbatims · Alertes prédictives

Détection automatique de thèmes et signaux faibles

🔎 **L'automatisation accélère la veille — mais le jugement commercial reste humain.**

Cadre juridique : RGPD et éthique

Protection des données, loyauté commerciale et limites légales de la veille



Principes du RGPD

- Licéité de la collecte
- Finalité déterminée
- Minimisation des données
- Transparence envers les personnes
- Limitation de conservation
- Sécurité et droits des personnes



Veille légale et loyale

- ✅ Information blanche : librement accessible
- ✅ Information grise : licite, accès difficile
- ❌ Information noire : illicite, à exclure

Seules les informations blanches et grises sont mobilisables.



Pratiques interdites

- Intrusion dans les systèmes
- Espionnage industriel
- Accès non autorisé aux données
- Concurrence déloyale
- Corruption ou contournement

La performance commerciale ne peut pas être bâtie au détriment des droits des personnes ni de la loyauté des pratiques.

KPI et pilotage de la performance de la veille

Mesurer pour décider : les indicateurs clés de la veille commerciale



Pertinence des alertes

Alertes exploitées ÷ Alertes générées × 100

Qualité du signal détecté



NPS Client

% Promoteurs – % Détracteurs

Satisfaction et recommandation



Réponse aux avis

Avis répondus ÷ Avis publiés × 100

Gestion de l'e-réputation



Time-to-React

Délai détection → action corrective

Réactivité décisionnelle



ROI de la veille

Gains décisions ÷ Coûts outils & temps

Rentabilité du dispositif

La performance de la veille se mesure par sa capacité à éclairer et accélérer la décision commerciale.

ÉPREUVE E41 · BTS MCO DRCVC

Préparer l'épreuve E41 : Fiche d'activité et soutenance

La fiche d'activité

1. Compétence mobilisée
2. Contexte professionnel
3. Objectifs opérationnels et mesurables
4. Méthodologie utilisée
5. Moyens et techniques mis en œuvre
6. Résultats obtenus (si possible quantifiés)
7. Lien avec les décisions prises et effets observés

La soutenance

1 J'ai observé
sources mobilisées, terrain, données

2 J'ai sélectionné
tri, hiérarchisation, fiabilité

3 J'ai interprété
SWOT, analyse, corrélations

4 J'ai transmis
tableau de bord, recommandation

→ Cela a permis de…
lier l'observation à la décision commerciale et démontrer l'impact de la veille

⚠ Justifier les sources · la méthode de tri · le lien observation-décision · le respect du RGPD