



Fiche métier : Veilleur stratégique

Chargé de veille, Veilleur, Analyste veilleur, Chef de projet veille, Business analyst

Le veilleur stratégique est à l'affût de tout ce qui se passe, se dit et s'invente dans le domaine de son entreprise. Son rôle : anticiper les tendances du secteur ; détecter les opportunités de développement et les risques et procurer ainsi un avantage concurrentiel à l'entreprise. Il capte des informations stratégiques sur le Web et dans des bases de données spécialisées, les analyse et les diffuse aux décideurs. Outre une bonne connaissance du secteur et de ses enjeux, il maîtrise parfaitement les méthodes et les outils de veille et suit de près les évolutions du web. Il exerce soit dans un cabinet de conseil spécialisé soit dans la cellule de veille d'une administration ou d'une grande entreprise.

Présentation

Le veilleur stratégique mène des opérations de surveillance et d'action sur l'environnement de l'entreprise. Autrement dit, il anticipe les tendances du marché sur différents champs pour procurer un avantage concurrentiel à l'entreprise. En effet, les informations qu'il récolte et traite sur le web sont une base pour la définition des orientations stratégiques de sa société.

Son objectif est triple :

- Premièrement, le veilleur stratégique doit comprendre les particularités stratégiques du patrimoine immatériel de la société (exemples : brevets, licences, connaissances).
- Deuxièmement, il est responsable de la protection du patrimoine immatériel de l'entreprise en prenant connaissance de renseignements, incertitudes, désinformations ou agressions déloyales.
- Troisièmement, il est en charge d'alimenter la prise de décision stratégique proactive de sa firme dans le respect des lois et des règles éthiques.

Son périmètre est large : le veilleur stratégique peut faire de la veille commerciale, technologique, économique, sociale, financière, concurrentielle, législative, juridique, réputationnelle et partenariale.

Le métier de veilleur stratégique s'exerce soit dans un cabinet de conseil spécialisé soit dans une cellule de veille mise en place par une administration ou une grande entreprise.

Missions

Le veilleur stratégique prend en charge trois missions principales.

Tout d'abord, il/elle collecte l'information blanche (ou information ouverte, libre d'accès et d'exploitation, elle couvre la majeure partie des sources documentaires) et l'information grise (ou information semi ouverte ayant fait l'objet d'appropriation par un droit privatif comme la licence ou les droits d'auteurs et dont l'exploitation est soumise à l'autorisation du titulaire) de manière proactive ou passive sur le web. Pour cela, il/elle doit au préalable comprendre les enjeux stratégiques de l'entreprise.

Ensuite, il/elle traite cette information afin de la rendre cohérente et synthétique. C'est ainsi qu'il/elle peut effectuer une analyse fine des informations pertinentes.

Enfin, le veilleur stratégique diffuse l'information en interne soit pour les services commerciaux, marketing, recherche



et développement, soit directement pour la direction de son entreprise dans le but d'aider à la prise de décision.

Domaines et périmètre d'intervention

Le veilleur stratégique se place sous l'autorité de la Direction de l'entreprise ou peut être rattaché hiérarchiquement au Responsable Veille.

Il peut être amené à travailler en équipe et avec différentes fonctions (la direction commerciale, le service juridique, le département Recherche et Développement) selon la taille de l'entreprise et son secteur d'activité.

Le métier de veilleur stratégique se situe à la frontière de la documentation et du renseignement. La documentation a pour objet de regrouper les bonnes informations et d'en faciliter la consultation. Le renseignement, lui, s'apparente souvent à l'obtention et à l'exploitation d'information confidentielle (information noire). La veille stratégique se situe donc entre ces deux domaines car l'objectif est de consulter l'information, de l'analyser et de la diffuser en toute légalité.

Activités et tâches

Activités 1

Concevoir la cartographie des outils de recherche en fonction des objectifs de la veille

Tâches

Récolter les besoins des décideurs dans chaque domaine d'intervention et les synthétiser
 Valider les objectifs et le budget avec les décideurs
 Choisir les sources électroniques appropriées aux besoins détectés : moteurs de recherche, métamoteurs, agents intelligents, annuaires, portails sectoriels
 Recenser les sources humaines : réseaux, contacts, associations
 Définir la fréquence de la recherche et de la visualisation des informations, ainsi que le coût de chaque source
 Valider la cartographie des ressources avec la hiérarchie

Activités 2

Mettre en œuvre le dispositif de veille tout en le maintenant en bon état de marche

Tâches

Paramétrer les agents de recherche
 Consulter quotidiennement les sources dont la recherche d'informations est automatisée :

- Métamoteurs / Logiciels de veille spécialisés
- Agents intelligents

Rechercher périodiquement les informations sur les sources non automatisées : inscriptions aux salons professionnels, conférences, chats, forums spécialisés

Entretenir son réseau et ses contacts

Ajuster le paramétrage des moteurs de recherche et logiciels en fonction des besoins

Activités 3

Analyser l'information



Tâches

Produire des tableaux de bord par :

- Source
- Thème
- Priorité et importance stratégique

Recouper les informations entre domaines

Détecter les signaux d'alerte :

- Demandant une action correctrice
- Informant d'un risque à plus ou moins long terme

Formuler des hypothèses d'interprétation

Faire des recommandations

Activités 4

Alimenter la base de données et synthétiser les informations recueillies

Tâches

Saisir les informations récoltées dans une base de données :

- Source
- Date
- Contenu

Recommandations

Codifier les informations

Classer les informations par thème

Sélectionner les données les plus pertinentes

Rédiger des notes de synthèse

Activités 5

Déterminer les canaux de diffusion de l'information

Tâches

Activités 6

Partager ses rapports et gérer la relation avec les utilisateurs

Tâches

Organiser la réunion, le colloque

Présenter les documents d'analyse rédigés

- Notes
- Rapports
- Journal spécialisé propre

Emettre les hypothèses dégagées



Formuler les recommandations d'action en lien avec la direction

Gérer la relation avec les utilisateurs en mettant à jour régulièrement leurs besoins et leurs attentes

Compétences

Savoirs

Connaître :

- L'entreprise
- Ses produits
- Son secteur d'activité

Connaître l'environnement concurrentiel de la société :

- Compétiteurs
- Nouveaux acteurs
- Tendances du marché

Connaître les techniques Internet (nouvelles techniques informatiques et interactives de traçage de l'information) :

- Référencement
- Cartographie

Connaître les techniques d'acquisition d'information :

- Traitement des données
- Tri
- Organisation des informations
- Synthèse

Connaître les techniques d'analyse stratégique

Connaître les techniques de vérification de l'information :

- Spécification des sources
- Croisement des sources
- Règles déontologiques

Connaître les techniques de rédaction : technique de compte rendu

Connaître le paramétrage des agents de recherche et ses problèmes techniques

Comprendre l'anglais

Savoir faire

Utiliser les outils bureautiques de manière courante : traitement de texte, tableur, outil de



présentation.

Définir et mettre en oeuvre un plan de veille

Maîtriser de manière opérationnelle :

- Les nouvelles technologies
- Le web informel
- Le web invisible
- Les bases de données
- Les outils collaboratifs

Pratiquer les logiciels de recherche et de traitement de l'information spécifiques :

- Logiciel Digimind
- Logiciel KB Crawl

Exploiter les sources documentaires

- Electroniques ou non
- Automatisées ou non

Utiliser des outils de gestion de contenus et de connaissances :

- Stock et flux
- Métadonnées

Faire de la synthèse et de l'analyse de données

Expérience de l'édition online :

- HTML
- XML

Respecter les contraintes légales

Savoir être

Etre réactif

Etre curieux à l'égard de :

- L'entreprise
- Son activité
- Ses innovations
- Son secteur

Faire preuve de rigueur :

- Précision



- Organisation
- Soins

Faire preuve d'un regard critique :

- Discernement
- Prise de recul
- Capacité d'analyse

Avoir du goût pour la stratégie

Avoir le sens du relationnel :

- Entrer en contact
- Adaptation à différents interlocuteurs
- Pratiquer une écoute active
- Construire et entretenir un réseau de connaissances

Etre un bon communicant :

- A l'écrit
- A l'oral

Avoir du goût pour animer un réseau :

- Sens du relationnel
- Esprit d'équipe
- Pédagogie

Etre clair et concis dans la présentation de l'information

Cette fiche métier est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 2.0 France.

Dernière mise à jour : 25 octobre 2011.

Contributeurs

- CELSA - Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication, Université Paris IV-Sorbonne - MASTER 2 Ressources humaines et communication :
Elise LANOE - mai 2009



· Délégation aux usages de l'Internet - mars 2011