



1 > Précision sur l'étude de l'offre des concurrents

Cette dernière pourra s'effectuer de deux manières complémentaires, à savoir :

1. **Étude ad hoc** qui répond à un besoin spécifique (ex. valider la présence de produits biologiques)
2. **Veille continue** de la concurrence sur certains points définis

Dans le cas étudié, nous allons nous situer sur une observation continue de la concurrence.

2 > Démarche à suivre

Voici une recommandation qui va vous permettre le suivi organisé des concurrents :

↳ Étape 1 La définition des informations à récolter

Vous pouvez structurer votre recherche autour des 4 P du marketing-mix de la manière suivante :

Variables	Exemples d'informations que vous pouvez rechercher
Produit	Familles de produits disponibles sur le site/Existence d'une offre « bio » Nombre approximatif de références proposées/Gammes ou marques communes avec votre offre/Existence de références exceptionnelles
Prix	Les prix sont-ils identiques à ceux proposés en magasin ? Offre promotionnelle : produit du mois, fin de lots, déstockage... Coût du transport ou valeur d'achat minimum pour une livraison gratuite
Distribution	Zone géographique desservie/Délais de livraison Présence d'exclusivité internet (produit non présent en magasin) Possibilité de réserver sur internet et venir en boutique (click and collect)
Communication	Présence sur réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter...) Animation du site : vidéo, bannières... Communication pour inciter le client à venir en magasin

↳ Étape 2 Le choix des concurrents à suivre

Ne pas s'éparpiller en se limitant à deux ou trois maximum. Privilégier des enseignes qui disposent de la même offre, et du même mode de distribution.

↳ Étape 3 La récolte automatique des informations

Nous vous conseillons d'utiliser le portail Netvibes [netvibes.com](https://www.netvibes.com). Il est nécessaire dans un premier temps de créer un compte. Les données saisies seront au départ privées mais vous pourrez ensuite les partager. Vous avez la possibilité de récolter des informations provenant de sites avec lesquels un lien a été créé. Vous recevrez ensuite une alerte par mail qui vous préviendra de l'arrivée de nouvelles informations.

Vous avez également la possibilité de créer des alertes Google à mettre en place avec des mots-clés. Les informations arriveront dans une boîte mail. Il faut pour cela créer une adresse mail spécifique afin de ne pas mélanger les mails personnels avec les alertes. <https://www.google.fr/alerts>

↳ Étape 4 L'analyse des informations et le déclenchement d'actions

L'étude régulière des données obtenues permettra à votre enseigne une forte réactivité commerciale. Des décisions rapides pourront être prises pour mettre en place des actions dans le cadre de la stratégie de l'entreprise.