

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### **Benchmarking des plateformes de veille : bien choisir son outil**

Paris, le 15 octobre 2010 – serdaLAB, le laboratoire d'études, de veille et de prospective du groupe Serda et Inter-Ligere, société de conseil en veille, annoncent la parution de l'étude intitulée « **Benchmarking des plateformes de veille : bien choisir son outil** » : une étude de 300 pages qui analyse 14 solutions de veille selon plus de 130 critères.

Faire de la veille, c'est collecter de l'information pertinente et vérifiée, l'analyser et la diffuser au bon moment et à la bonne personne. Aujourd'hui, toutes les organisations, privées comme publiques, ont compris l'importance de l'information décisionnelle à travers la veille concurrentielle, technologique, d'e-reputation... Le monde évolue de plus en plus rapidement. La concurrence qui s'est internationalisée est beaucoup plus vive. Les veilleurs doivent aujourd'hui être plus réactifs, fournir très rapidement une information pertinente sur les évolutions inhérentes à tous les domaines (juridiques, sociétales, technologiques...), sur les stratégies des concurrents et les tendances de demain, l'objectif étant d'innover en permanence pour rester compétitif. **Le besoin d'anticipation et d'analyse est aujourd'hui beaucoup plus fort. La veille est devenue un outil d'aide à la décision de plus en plus utilisé.**

La problématique pour les veilleurs n'est plus seulement de trouver l'information mais surtout de l'analyser et la mettre en perspective. Les outils deviennent le seul moyen de gagner du temps en se focalisant sur l'analyse humaine de l'information. Comme l'écrit Bernard Guillot, Président de la Commission Information pour l'Entreprise de l'3AF<sup>1</sup>, dans son avant-propos de l'étude : « *Comment faire face à la collecte lorsque l'on croule sous une véritable avalanche d'informations, de sources autant diverses que variées ? Comment apporter de la valeur ajoutée à la bonne information lorsque l'on est obligé de s'activer à mettre des données éparpillées en perspective ? Comment faire, enfin, pour que la bonne information parvienne à la bonne personne, au bon moment, pour une bonne prise en compte ?* »

**Cette étude a pour ambition de permettre une compréhension fine des apports de 14 solutions de veille, de donner une méthodologie de sélection et des conseils d'implémentation.**

On y trouvera les réponses aux questions suivantes :

- Jusqu'où peut-on aller avec les outils gratuits ? Sont-ils vraiment pérennes ? Quels sont les coûts cachés ?
- Quelles sont les différences fondamentales entre les différentes plateformes de veille ? Sur quels critères peut-on les comparer ? Quels sont les coûts et comment calculer un retour sur investissement d'une plateforme payante ?

---

<sup>1</sup> Association Aéronautique Astronautique de France

- Quels sont les facteurs clés de succès dans leur mise en place ?

L'auteur, Jérôme Bondu, est parti du postulat qu'il n'y a pas de bons ou de mauvais outils par défaut. Il y a simplement des outils qui sont bien (ou mal) adaptés à une problématique. Cette ligne de conduite lui a permis de faire une comparaison précise de 14 plateformes de veille, en partant de différentes problématiques et en analysant les fonctionnalités disponibles sur les plateformes.

**Une première partie présente les outils gratuits et semi-gratuits** (à moins de 150 euros). S'ils rendent des services tout à fait appréciables, ils ont des inconvénients qu'il faut savoir mesurer. Un de ces inconvénients, et non des moindres, est le temps qu'ils prennent à être paramétrés. Or, « *le temps c'est de l'argent* ». A partir d'une certaine taille de structure, il devient intéressant (même financièrement) de se tourner vers des solutions professionnelles payantes. Cette « taille » ne dépend pas que du nombre de collaborateurs, mais aussi de l'agressivité concurrentielle, de la vitesse de propagation des informations et de la sensibilité du management à la gestion des informations.

**La seconde partie est consacrée à la présentation complète des plateformes de veille payantes.** On trouvera pour chaque éditeur : une rapide présentation historique de la société, une présentation des problématiques-client auxquelles la plateforme répond, une présentation des fonctionnalités, les axes de veille (veille concurrentielle, technologique...) et les secteurs (banque-assurances, industrie...) sur lesquels le logiciel est positionné, une estimation du coût. Un tableau des 130 critères de différenciation des plateformes complète chaque fiche. Cette étude comporte également un ou deux retours d'expérience d'utilisateur par éditeur.

**Une troisième partie présente une méthode pour choisir une plateforme de veille professionnelle.**

Enfin, une dernière partie est consacrée aux facteurs clés de succès dans la mise en place d'un projet et d'un outil de veille.

#### **Périmètre de l'étude :**

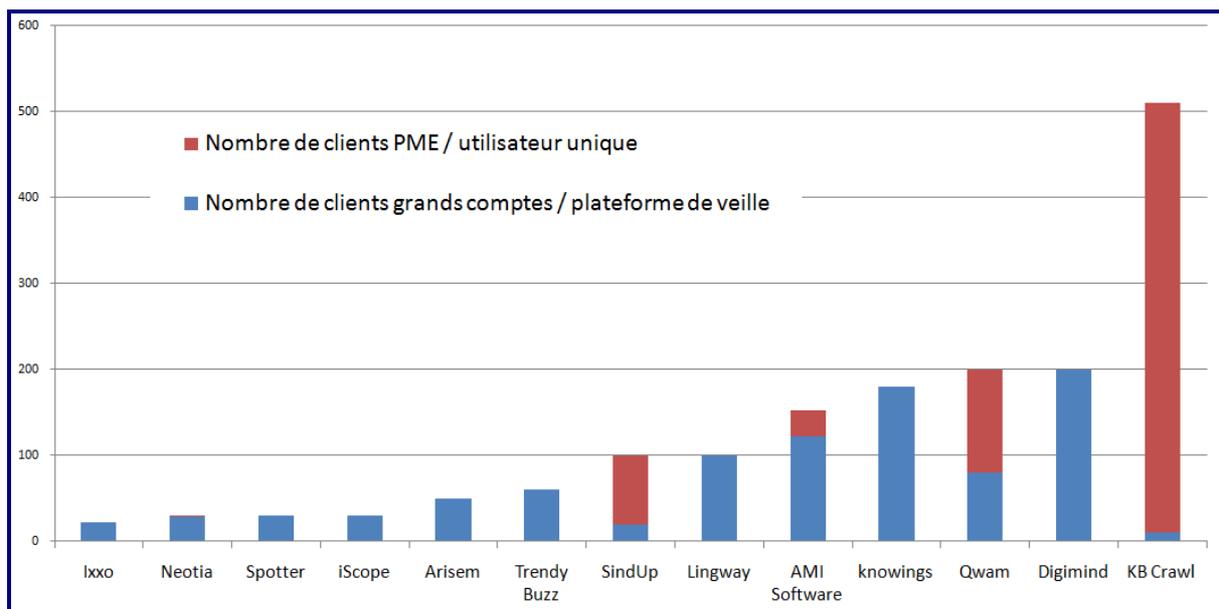
On définit l'activité de veille comme étant composée des actions de : collecte d'informations, analyse ou traitement, publication et capitalisation des informations. Ce sont donc quatre fonctionnalités indispensables à toute plateforme de veille.

#### **Les 14 solutions payantes de veille benchmarkées sont :**

AMI Software, Arisem, Digimind, Iscope, Ixxo, KB Crawl, Knowings, Lexis Nexis Analytics, Lingway, Neotia, Qwam, SindUp, Spotter, Trendy Buzz.

#### **Cette étude est illustrée de très nombreux graphes :**

- Graphe historique,
- Graphe comparatif de chiffre d'affaires des éditeurs,
- Graphe comparatif du nombre de clients dispatchés en PME/grands comptes (voir « graphique 1 » en exemple),
- Schéma en radar, qui présente la vision par l'éditeur de ses points forts (voir « graphique 2 » en exemple),
- Graphe sur la répartition des ressources humaines de l'éditeur (R&D, analystes, commerciaux...),
- Graphe des coûts (en mode SaaS et en licence).

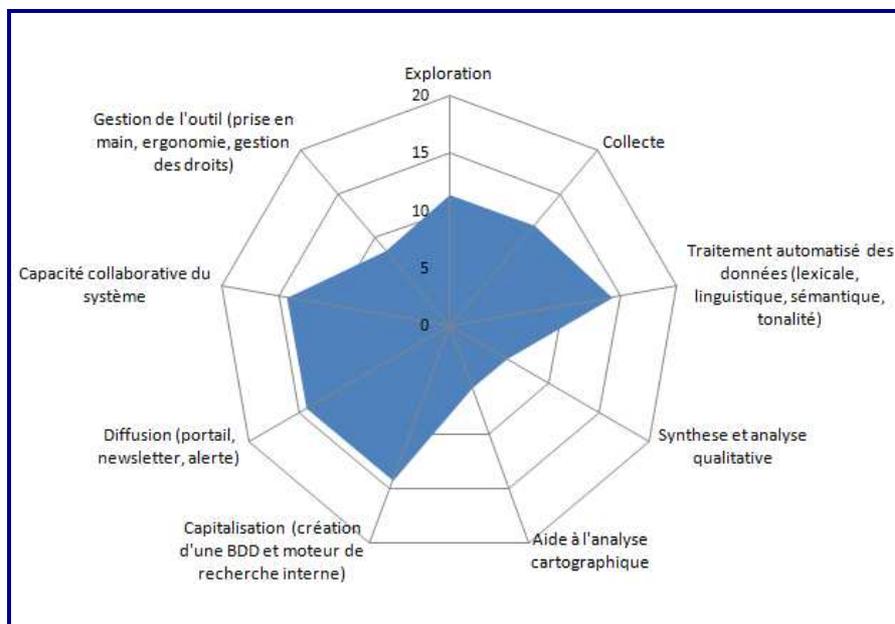


**Graphique 1 : Nombre de références clients par éditeur**

Source : Inter-Ligere

Légende :

- Axe horizontal : solutions
- Axe vertical : nombre de clients (NB : certains éditeurs ont donné un nombre de clients global sans différencier entre grands comptes et utilisateurs uniques).



**Graphique 2 : Exemple de radar**, présentant les points forts d'une solution de veille au travers de neuf fonctionnalités indispensables

Source : Inter-Ligere

## A propos de serdaLAB

▣ [www.serda.com](http://www.serda.com) ou [www.archimag.com](http://www.archimag.com)  
<http://twitter.com/serdaLAB>

Laboratoire d'études, de veille et de prospective du groupe Serda-Archimag, serdaLAB :

- réalise des études de marché multiclients et sur mesure,
- organise des colloques, en collaboration avec l'université Paris-I La Sorbonne,
- réalise des prestations de veille et d'analyse.

Créé en 1985, le groupe Serda-Archimag capitalise sur 25 ans d'expérience et d'expertise dans la mise en place et l'optimisation des logiques et systèmes d'organisation de la Mémoire et du Savoir : gestion de contenu, archivage électronique, records management, knowledge management, veille, information électronique...

Trois domaines de compétence serdaLAB :

- Dématérialisation, gestion de contenu et archivage électronique,
- Information électronique professionnelle, livre électronique, données publiques, documentation et bibliothèques,
- Veille, réseaux sociaux d'entreprise et gestion des connaissances.

La mission de l'activité "études" de serdaLAB est d'aider les décideurs, les utilisateurs et les acteurs des marchés de la Mémoire et du Savoir, à comprendre les enjeux et les attentes de leur environnement, à se positionner sur celui-ci et d'aider toute personne ayant en charge une fonction infodocumentaire à évoluer dans ses fonctions.

Les objectifs de l'activité "études" sont d'analyser l'offre et la demande des marchés de la « Mémoire et du Savoir » ainsi que leurs tendances et d'en anticiper les conséquences sur les métiers.

### Contact Presse

Serda [www.serda.com](http://www.serda.com)

Nathalie Chabert

Tél : 01 44 53 45 00

[nathalie.chabert@serda.com](mailto:nathalie.chabert@serda.com)

## A propos de l'auteur et Inter-Ligere

Blog : <http://www.inter-ligere.net/>

Site commercial : <http://www.inter-ligere.com/>

Twitter : <http://twitter.com/#!/jeromebondu>

Jérôme Bondu exerce, depuis plus de 10 ans, dans le domaine de la veille. Il a écrit en 2000 un premier benchmarking portant sur les pratiques de veille en entreprise. <http://0z.fr/QsPN>

Il a fondé Inter-Ligere en 2008 pour accompagner les entreprises et organisations dans l'optimisation de la gestion de leurs informations.

Domaines de compétences :

- Conseil en organisation de système de veille, aide au choix des outils de veille,
- Veille concurrentielle et marketing,
- Veille image, audit d'e-reputation,
- Cartographie décisionnelle, outil d'aide à la décision lobbying.

En outre, il préside le Club IES (de l'AAE IAE de Paris) avec lequel il a organisé plus de 80 conférences depuis 2000 et a accueilli plus de 5000 auditeurs. Les conférences sont annoncées sur <http://www.inter-ligere.net/>

### Sommaire de l'étude :

[http://serda.com/fileadmin/archimag/images/Etudes/Marketing/SOMMAIRE\\_ET\\_benchmark\\_veille\\_V3.pdf](http://serda.com/fileadmin/archimag/images/Etudes/Marketing/SOMMAIRE_ET_benchmark_veille_V3.pdf)

### Bon de commande :

[http://archimag.com/fileadmin/archimag/images/Etudes/Marketing/BDC\\_ET-Benchmark.pdf](http://archimag.com/fileadmin/archimag/images/Etudes/Marketing/BDC_ET-Benchmark.pdf)