

Voici les logiciels de veille stratégique

Technologie. Ces outils analysent les données, décèlent les tendances et traitent les données en ligne.

par Stéphane Gagné > dossiers@transcontinental.ca

Dans une société où des millions de produits se disputent l'attention des consommateurs, la survie d'une entreprise dépend de la satisfaction de sa clientèle. Heureusement, les méthodes pour s'en assurer se sont raffinées.

« Pour analyser les besoins du client et connaître sa satisfaction à l'égard d'un produit, on peut utiliser les groupes de discussion, les sondages et, depuis peu, l'analyse des données qu'offrent les logiciels d'intelligence d'affaires », dit Jean-Charles Chebat, professeur à HEC et titulaire de la Chaire de recherche sur la gestion des espaces commerciaux et du service à la clientèle.

Un système de veille stratégique (en anglais, *business intelligence*, ou BI) permet, entre autres, de faire du forage de

Les méthodes pour savoir si votre produit plaît aux clients se sont raffinées.

données (une technique d'analyse qui permet de déterminer des tendances parmi une masse de données ou de détecter des informations stratégiques) et du traitement analytique de données en ligne (OLAP en anglais). Cela nécessite ensuite des gens capables d'analyser ces informations et de les traduire de façon intelligible.

Après cette étape, « il faut aussi faire preuve de créativité dans l'administration d'un service ou dans la conception



Jean-Charles Chebat, de HEC Montréal : « Pour analyser les besoins du client et connaître son niveau de satisfaction face à un produit, on peut utiliser les groupes de discussion, les sondages et maintenant, l'analyse des données qu'offrent les logiciels d'intelligence d'affaires. » [Photo : Gilles Delisle]

d'un nouveau produit, dans le produit lui-même, l'emballage, la façon d'en faire la promotion ou tous ces éléments à la fois », ajoute M. Chebat.

Michel Perras, président de Groupe Motivation Performance Plus, cite Costco. « C'est

un magasin bien adapté aux gens qui n'aiment pas magasiner, dit-il. On y trouve de tout, à bon prix. Pas besoin de chercher à mille autres endroits. De plus, on peut acheter le produit sans inquiétude puisque s'il ne fait pas l'affaire, on peut

le rapporter et se faire rembourser, même après 30 jours. »

Parfois, il est difficile de savoir si un produit répond à un besoin, car on est dans quelque chose de nouveau. « C'est le cas d'Internet, dit M. Perras. Avant Internet, le

besoin n'existait pas parce que le produit n'existait pas. Et pourtant, aujourd'hui, on ne pourrait plus s'en passer. »

Créer une image de marque

Dans la conception de produits, le plus important, c'est de créer une image de marque, croit M. Perras. « Un produit qui a une bonne image, comme Mercedes, se vendra à cause de sa réputation, dit-il. Cette voiture n'est pas nécessairement la meilleure, mais elle se vendra beaucoup plus cher qu'une Hyundai parce qu'elle répond à un besoin de prestige. »

Les perceptions sont déterminantes. « Pour plusieurs, payer moins cher une autre marque signifie acheter une voiture de moins bonne qualité. »

L'ébénisterie architecturale de Summum Une gestion moderne adaptée aux traditions artisanales

En matière d'ébénisterie, le Québec est reconnu depuis de nombreuses années pour la qualité du travail de ses artisans. C'est dans cette tradition d'excellence que

s'inscrit Summum Woodwork, qui se spécialise dans la gestion et l'ingénierie de projets en ébénisterie architecturale haut de gamme.



SIMON LACROIX

Simon Lacroix a fondé Summum en 1999 : « Dès le départ, nous avions un modèle d'affaires unique dans le monde de l'ébénisterie, puisque nous répondons aux besoins d'entrepreneurs généraux aux États-Unis, pour qui nous assurons la gestion et la conception de projets à partir de dessins numérisés d'architecture. Les logiciels servent aussi bien à faire la présentation du projet qu'à le réaliser. À titre de gestionnaire de projets, nous sous-traitons ensuite la fabrication auprès d'ébénistes québécois pendant que l'installation est confiée à des entreprises américaines. »

que ceux que l'on retrouve parfois dans les halls des sièges sociaux de grandes multinationales ou dans les réceptions de bureaux de prestige. « Consultation, analyse des coûts, dessins d'atelier en 2D et en 3D, gestion des fournisseurs, respect du budget, de l'échéancier, nous opérons en mode clés en mains, dit Simon Lacroix. La livraison finale est même étiquetée et certifiée C-TPAT (Programme du partenariat douanes-commerce contre le terrorisme) pour l'importation et l'exportation. En outre, les matériaux utilisés sont recyclés, conformes au respect de la protection de l'environnement et exploités de manière à ne produire aucune émission nocive. »

Rien d'étonnant à ce que le chiffre d'affaires ait doublé en 2006 et que le jeune président de Summum puisse maintenant s'attaquer à de nouveaux marchés.



Pour mieux percer sur la scène internationale, Simon Lacroix a choisi de faire affaire avec les spécialistes de RBC, dont le groupe Solutions transactionnelles mondiales. En effet, RBC dispose, à l'échelle du Québec, d'une équipe spécialisée en commerce international qui sert notamment les PME.

« Dans toutes les succursales RBC, chaque directeur de compte a accès en tout temps à diverses équipes de spécialistes, explique Claude-Jean Dumas, directeur général, Est du Canada. Aide à l'exportation, financement, réseautage, services-conseils à l'étranger : nous pouvons donner aux entreprises l'accès à un réseau de classe mondiale. »

Dans le cas de Summum, l'équipe RBC a été séduite par l'enthousiasme et le modèle d'affaires de Simon Lacroix : « Autant il est innovateur, autant nous avons su faire preuve de créativité. Après lui avoir suggéré un montage financier qui dépassait ses besoins à court terme, nous avons parlé de quelques pistes qu'il n'avait pas encore explorées, dont un partenariat avec Exportation et Développement Canada (EDC), qui s'est rapidement concrétisé. Je crois aussi que M. Lacroix a particulièrement apprécié notre rapidité d'action. »

« Aucun doute, je me sens bien encadré, répond Simon Lacroix. J'ai rencontré des gestionnaires de talent qui me laissent gérer mon entreprise, mais qui savent quand prodiguer les conseils dont les entrepreneurs comme moi ont besoin. »

rbcbanqueroyle.com/possibilites-pme



Il s'agit, on s'en doute, de services spécialisés qui servent souvent à réaliser des projets monumentaux, du même type