

Extrait du Spyworld Actu

<http://www.spyworld-actu.com/spip.php?article9175>

Du rôle de l'Intelligence Stratégique dans l'entreprise ...

- Intelligence économique -



Date de mise en ligne : mercredi 5 novembre 2008

Spyworld Actu

Entamons notre chronique par un constat : les praticiens d'IES et les dirigeants d'entreprises sont « comme chiens et chats » ! A l'origine de cette situation, différents malentendus :

- ▶ **L'IE est considérée comme une « mode managériale » par les dirigeants !** Comment reprocher à ces derniers - qui se battent dans un contexte difficile - de ne pas ressentir d'attraits pour « le concept du mois du patron à la page » ?
- ▶ **L'IES souffre d'une image déplorable !** Les responsables : ceux qui entretiennent la confusion avec les barbouzes. Et ceux qui entachent notre métier en proposant un joyeux mélange de techniques d'origines diverses, saupoudré d'un zeste de communication ! Comme le soulignait le HRIE sur ce site : il s'agit d'une escroquerie intellectuelle.
- ▶ **Beaucoup d'entreprises ne voient pas l'utilité de l'IES.** Et comment le leur reprocher avec tout ce tintamarre autour des dogmes de l'IES sans jamais entrevoir d'applications concrètes ?

En tant que spécialiste de l'IES, nous considérons que nous sommes les principaux responsables de cet état de fait ! Mea culpa ! Nos grands discours sont trop éloignés du quotidien du dirigeant... Alors cessons de mettre en avant des dogmes, et revenons aux fondamentaux :

1. **L'entreprise n'a pas attendu l'IES pour prendre conscience de l'importance de l'information !** Un simple exemple : le créateur d'entreprise ! Ce dernier est par essence, un spécialiste de l'analyse de l'information. Il a su détecter une tendance, analyser le marché, proposer un produit/service... Réunir des associés, trouver des clients, etc.
2. **L'entreprise est une entité dont la vocation est de gagner de l'argent !** Un oubli trop fréquent des spécialistes de l'IES qui engendre des malentendus avec les dirigeants d'entreprise... Le maître-mot reste le retour sur investissement (ROI). L'IES doit être un centre de profits pas de coûts !

L'entreprise n'a pas attendu l'arrivée du « messie IES » pour prendre conscience de l'importance de l'information ne serait-ce que parce que sans informations, elle ne peut survivre dans son environnement !

Que peut apporter l'IES à une entreprise ? Raisonnons par analogie : lorsque vous avez une entorse, que faites vous ? Vous allez voir un médecin. Pourquoi ? Car il possède un savoir-faire permettant de réduire la douleur. Bien sûr, vous n'avez pas besoin du médecin pour prendre conscience de la douleur, ni même établir un diagnostic ! Pour autant, identifier votre problème ne suffit pas. Il vous faut un spécialiste pour le résoudre... Dans votre activité quotidienne, vous vous êtes entouré de spécialistes d'horizons divers. Votre métier est de prendre la bonne décision au bon moment ! En tant que généraliste avisé, vous savez quand vous devez recourir à un spécialiste pour étayer vos décisions...

Au même titre que les tableaux de bord de votre DAF, l'IES est un savoir-faire dont le rôle est clairement défini : apporter de l'information analysée dans un processus de décision. Point barre ! Pas des grands concepts... Pas une mode... Juste un outil parmi d'autres pour soutenir votre développement. Prenons quelques exemples courants. A tout seigneur tout honneur, débutons par nos chers concurrents... Nous savons que vous connaissez ces derniers : c'est votre métier. Mais le nôtre est de vous apporter des informations fiables. Pourquoi ? Parce qu'il n'a jamais été facile de prendre une décision en « aveugle » :



Vont-ils lancer ce nouveau produit qui handicapera une de vos lignes ? En tant que dirigeant avez-vous le temps de réunir les bonnes informations ? Nous soutenons que non ! Mais votre responsable IES est payé pour anticiper ces questions...

- ▶ Quid des tests du nouveau procédé de votre concurrent ? De multiples outils de l'IES permettent d'éclairer cette question !
- ▶ Qui va entrer sur votre marché ? Lorsque nous avons le « nez dans le guidon », identifiez les nouveaux entrants potentiels n'est pas une priorité... C'est à l'IES de déployer ses antennes au travers d'un early warning, pour éviter ces désagréables surprises stratégiques !

Et quid de vos fournisseurs ? Ne vont-ils pas vous lâcher au plus mauvais moment ? Bien sûr, vous utilisez des sociétés de « credit report ». Mais quelle est la qualité des données ? Un simple exemple : 8 jours avant la faillite de Parmalat, certains de ces rapports donnaient le feu vert pour un engagement à hauteur d'un million d'euros ! Sic...

A titre anecdotique, nous avons soutenu une entreprise qui était concernée par Parmalat. Une collecte informelle ciblée, a permis à l'entreprise d'obtenir confirmation des tensions... 5 mois avant la chute « officielle » du groupe ! Évidemment, le coût a été plus élevé que dans le cas d'un credit report ! Mais si Parmalat avait pesé 35% dans votre portefeuille fournisseur, auriez-vous résisté à sa chute ? Notre client pensait que non ! L'importance de l'enjeu a convaincu le dirigeant qu'une action ciblée d'IES était nécessaire pour éviter d'être entraîné dans ce désastre... Et voir la dégradation de son BFR remettre en cause son activité.

Nous pourrions étendre cette liste d'exemple en y intégrant vos clients, vos commerciaux, les marchés potentiels, les appels d'offre, etc.

Nous verrons au cours des prochaines chroniques comment mettre en oeuvre des approches efficaces d'IES qui apporteront un « plus » à vos décisions... Et qui sait ? Peut-être serez-vous à votre tour, atteint par le virus de l'information...

Michel Iwochewitsch, Directeur associé Strateco, Vice-Pdt EMEA d'ALEVANT

Post-scriptum :

<http://www.usinenouvelle.com/articl...>