

SOMMAIRE

Page 1

EDITORIAL

L'ÉVÈNEMENT

UNE ANIMATRICE À L'AD-IAE

Page 2

ACTUALITÉ DES CLUBS

AGENDA

Page 3

INITIATIVE

LES COACHS SANTÉ

ENSEMBLE

PARTICIPEZ AU DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE RÉGIONAL

Page 4

PARCOURS

UN ÉTUDIANT ENTREPRENEUR

LA VIE DE L'ASSOCIATION

LES CONFÉRENCES DE L'AD-IAE

Page 5

ZOOM SUR ...

DÉVELOPPEMENT DURABLE: LA RSE

SERVICES

L'ANNUAIRE EN 2008

Page 6

DÉCRYPTAGE

L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

CONTACTS

clubaffairesiaeaix@yahoo.fr
www.ad.iae-aix.com
<http://adiaeaix.wordpress.com/>

CONCEPTION - RÉALISATION
laure.joue@free.fr
frlebas@free.fr

EDITORIAL

Chers diplômés,

L'année 2007 s'achève sur un bilan très positif pour l'Association des Diplômés de l'I.A.E.

Le nombre des adhérents augmente régulièrement et affirme ainsi la représentation de notre organisation. Le réseau se renforce de jour en jour. Les échanges se développent et s'enrichissent. L'image de notre école et de ses diplômés en bénéficie.

L'association des anciens élèves représente un complément nécessaire à l'enseignement dispensé à l'I.A.E. Toutes les grandes écoles l'ont compris et ont inscrit depuis longtemps cette dimension dans leur plan de développement. C'est pourquoi nous consacrons beaucoup d'efforts à notre association de diplômés.

Actuellement, en plus des conférences, et activités régulières des Clubs, nous travaillons sur la mise à jour des outils de communication et de qualification des fichiers, avec :

- un nouveau site Internet opérationnel début 2008,

- une base de données des diplômés mise à jour régulièrement,

- une édition d'annuaire en avril 2008.

En parallèle, nous participons aux événements organisés par l'I.A.E. et par d'autres établissements ou acteurs institutionnels et économiques de la région, pour assurer la visibilité de notre réseau.

Ce réseau de diplômés est surtout et d'abord le vôtre. Nous vous invitons à le faire vivre par votre soutien et votre participation aux rencontres et événements, et à l'utiliser au maximum ... Toutes les initiatives sont les bienvenues, le bureau de l'Association s'engage à vous aider à les réaliser dans toute la mesure du possible.

Plus le réseau sera fort, et plus vous en retirerez des avantages et des services. Mais n'oubliez pas que la première règle du « Networking » est qu'il faut commencer à s'investir et contribuer, pour recevoir en retour.



CLAUDE GIUNTA

Vice président de l'Association des Diplômés de l'I.A.E. Aix

NOMINATION D'UNE ANIMATRICE

Nadège DUBOUCHET (MAS 1999) est la nouvelle animatrice de l'AD-IAE-AIX.



Dans le cadre du travail en partenariat avec l'IAE, elle représentera le Bureau de l'AD-IAE et aidera le personnel de l'IAE dans la réalisation des tâches communes (gestion du fichier des diplômés, gestion des carrières, organisation des conférences, etc).

Elle sera aussi votre interlocutrice privilégiée et sera chargée de l'organisation des conférences et de la logistique des clubs.

Sa mission sera renouvelée trimestriellement en fonction du montant des cotisations perçues. Cotisez donc et faites cotiser pour maintenir son emploi et la dynamique du réseau.

Rappel:

Permanence les mardi et mercredi
bureau 46 au 1er étage

Tél: 04 42 28 08 66 / 06 22 76 64 70

Actualités des Clubs

L'ACTUALITÉ DES CLUBS

LE CLUB RÉSEAU D'AFFAIRES ET ENTREPRENARIAT

Le Club Réseau d'Affaires et Entrepreneuriat a repris ses activités pour la 3^{ème} année consécutive.

Au rythme d'une rencontre mensuelle, il permet aux étudiants et diplômés de l'IAE de se rencontrer et d'échanger des informations, contacts, solutions et aussi de faire des affaires ensemble. Depuis sa création, ce Club, complété par le « Club Entrepreneuriat », s'efforce de concrétiser le réseau business et entreprise de l'IAE.

Comment ça fonctionne :

- Une rencontre mensuelle de 1h30, de 18h30 à 20h00
- Chaque réunion regroupe entre 10 et 25 personnes
- Les participants présentent succinctement, en moins d'une minute, leurs domaines d'activités, compétences

et recherches; pouvant être aussi bien un partenariat, qu'un stage, qu'une recherche de financement ou de solution à une question précise, partager des expériences sur divers sujets en rapport avec l'entreprise, etc.

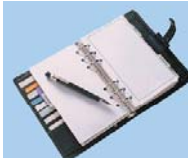
- Suivant cette présentation, les échanges sont libres et ouverts à la discussion et prise de contact à suivre entre deux réunions.

Cette méthode est très utilisée dans les pays Anglo-Saxon, où elle a fait ses preuves depuis des années. Un investissement mensuel de 1h30, qui peut s'avérer très productif, que l'on soit étudiant ou en activité !!

Le programme des réunions vous est communiqué par mail, et aussi indiqué sur le site de l'association.

A bientôt.

CLAUDE GIUNTA



AGENDA

13 décembre 2007 à 18h30
Conférence sur le thème:
"Gagner en efficacité avec les nouveaux outils du Web collaboratif : usages et retours d'expériences"

18 décembre 2007 à 18h30
Club Affaires

19 décembre 2007 à 18h30
Club Marketing: conférence thématique par la sté Scan Op (groupe High Co)

10 janvier 2008 à 18h30
Club Affaires

16 janvier 2008 à 18h30
Club Marketing: réunion thématique sur le marketing des services

24 janvier 2008 à 18h30
Conférence sur le thème:
" Intelligence Economique, Intelligence Client et Marketing des Services"

LE CLUB MARKETING

RÉUNION PRÉCÉDENTE

Le 14 novembre a eu lieu à l'IAE une réunion sur le thème "**Satisfaction et Fidélisation**".

Les sujets abordés ont été les suivants:
- Comment fidélisez-vous vos clients dans votre activité?
- Comment gérez vous la satisfaction clients?
- Quelles sont les spécificités de vos activités?
- Quelles actions menez-vous et de quels outils disposez-vous ?
- Les problématiques et les résultats

Un tour de table a été effectué avec de nombreux apports et témoignages des participants qui ont pu échanger sur leurs expériences.

PROCHAINE RÉUNION

La prochaine réunion du club marketing aura lieu mercredi 19 décembre de 18h30 à 20h00 à l'IAE.

THÈME

Présentation de la société Scan Op, département promotion de Scancoupon, groupe High Co, par Aurélie Borgna, chargée de clientèle: solutions de marketing opérationnel, gestions d'opérations promotionnelles (site: www.scancoupon.fr).

La présentation sera suivie d'un débat sur les thèmes abordés.

AUTRES RÉUNIONS À VENIR

- Mercredi 16 janvier 18h30-20h à l'IAE: réunion sur le thème "**Marketing des**

services".

Un tour de table est prévu avec les participants pour échanger sur nos expériences.

- Mercredi 27 février 18h30-20h à l'IAE: réunion sur le thème "**Les Blogs Marketing**" animée par Christelle Alexandre, chargée de communication chez Scan Op. Les sujets abordés seront:
- Emergence d'un consommateur 2.0: connecté - mobile - en quête de relationnel et de dialogue.
- Conséquences et enjeux pour les marques et les enseignes
- définition du Web 2.0
La présentation sera suivie d'un débat.

Inscriptions: clubmarketing_iaeaix@yahoo.fr
Audrey Fernandez
Stéphanie Michelangeli

LES CLUBS ET RÉSEAUX VIRTUELS DE L'AD-IAE-AIX

L'association des diplômés de l'IAE Aix compte de nombreux clubs au sein desquels vous avez la possibilité d'échanger sur votre expérience dans un domaine d'activité, de développer des compétences et étendre votre réseau.

Il vous est recommandé, afin de prendre connaissance de la liste de tous les clubs existants ainsi que de leur programme et de leurs

objectifs, de vous rendre sur la page dédiée:

<http://ad.iae-aix.com/fr/clubs-et-activites/>

Sachez qu'il existe également des réseaux virtuels afin d'échanger avec d'autres membres sur les plateformes suivantes:

- un hub IAE Aix sur Viadeo
- groupes IAE Aix-en-Provence sur Facebook et LinkedIn

Le service d'un COACH Santé ®; Quelle utilité pour l'entreprise ?

Le coach santé est un professionnel formé, il prend en compte :

- le corps, notre meilleur outil de communication,
- la santé des professionnels, (qui n'est pas que l'absence de maladie) - le corps en Santé,
- la communication qui est produite,
- les interactions générées avec les activités de l'entreprise,
- les résultats attendus et obtenus qui en résultent.

La santé est comme la comptabilité :

- Un capital au départ pour chacun, mais également pour l'entreprise,
 - un patrimoine à gérer,
 - des entrées,
 - des sorties
- à réguler au quotidien.

Dans l'entreprise, nous tenons peu compte de ces informations communiquées, captées régulièrement à notre insu par le corps de chacun, selon son état de santé ...

- Sommes nous conscient de ce que nous émettons ?
- Savons nous décoder ce que nous captions chez l'autre ? (il ne s'agit pas de psycho morphologie)
- Savons nous adapter notre comportement en regard de ce que nous percevons ?

A chaque instant, dans chaque situation, notre corps enregistre la position qu'il a très précisément; selon l'évènement jugé comme positif ou négatif, le corps va garder des limitations ou non qui vont le maintenir ou non en santé, le garder ou dévier de son "orbite" de vie. L'ensemble de ces paramètres, se décode individuellement, mais également collectivement, et sont liés à chaque entreprise.

Le Coach Santé accompagne les leaders, managers, responsables, équipes, organisation et entreprise à répondre à leurs besoins et objectifs; cet accompagnement a ceci d'original qu'il passe par:

- l'acquisition d'une conscience de son corps en Santé: valorisation, optimisation, développement, des potentiels enfouis de chacun individuellement, collectivement ,
- l'interaction positive des personnes et du service offert,

- la compréhension des rythmes, des cycles des personnes et de l'entreprise.

Ce développement de la prise en compte du corps en santé amène:

- la compréhension, la génération de coïncidences,
- donne des résultats attendus et inattendus .

En synthèse: lorsque chaque individu est engagé dans sa santé, dans la conscience de son corps, enraciné dans l'a propos de chaque instant, il ose être ouvert à tous ses possibles.

La seule certitude que nous ayons est que tout change tout le temps !

Le changement est la seule base solide sur laquelle bâtir une stratégie de l'action.

Comment le changement peut devenir un allié dès lors qu'on apprend à en reconnaître les rythmes ?

L'enjeu dans les entreprises est de relier l'être humain, les êtres humains avec l'environnement, pour concilier :

- les objectifs des professionnels,
- ceux de l'entreprise,
- avec les possibilités du moment,
- d'offrir une base stable sur laquelle bâtir une stratégie durable, gagnante entre l'entreprise, les clients, les salariés, les partenaires, etc.

Des études et expériences récentes abondent dans ce sens, elles arrivent à la conclusion que bien-être/santé et dynamique de l'entreprise sont deux notions étroitement liées.

Depuis 1988 Françoise Bruneel développe ces pratiques auprès des professionnels, des équipes, des organisations.

Son expérience l'amène à créer et développer le concept de Coach Santé, et ouvrir la première formation de Coach Santé ®.

F. BRUNEEL

orior@orange.fr

PARTICIPEZ AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE RÉGIONAL

Depuis une dizaine d'années Réseau Industrie Innovation (R2I) fait la promotion du travail en réseau et de l'innovation pour favoriser le développement des PME et TPE régionales. Aujourd'hui, il est temps d'innover pour R2I et de s'impliquer davantage dans l'accompagnement des créateurs et dirigeants d'entreprises au travers de groupes de travail.

Si vous avez des compétences à partager et un peu de disponibilité, que vous soyez cadre en poste ou en recherche d'emploi, consultant, retraité, senior ou débutant, R2I vous propose de les mettre à la disposition de ces chefs d'entreprise qui, malgré leur isolement relatif, contribuent en grande partie au développement économique de notre région.

Peu importe votre niveau de compétence, le but est de réunir des chefs d'entreprise et de les aider à réfléchir entre eux sur des besoins communs (achats, exportation, délocalisation, externalisation, innovation, informatique, financement, marketing,

ressources humaines, droit des affaires, environnement, sécurité, obsolescences, R&D...) en vous appuyant éventuellement sur les experts du réseau R2I.

Que vos motivations soient simplement de contribuer au développement économique de notre région, de valider développer ou faire reconnaître vos compétences, d'élargir vos horizons professionnels, d'élargir votre clientèle dans le domaine du conseil, de créer votre poste dans un groupement d'entreprises ou de rencontrer des chefs d'entreprise pour préparer votre propre projet de création, vous serez les bienvenus.

Pour participer à la réunion de lancement de ce projet, merci de signaler au plus tôt votre intérêt en laissant vos coordonnées en bas de l'article correspondant sur le site suivant:

<http://adiaeaix.wordpress.com>

PARCOURS D'UN ÉTUDIANT ENTREPRENEUR



J'ai 23 ans et viens de terminer ma formation d'ingénieur/manager par un double-diplôme (Arts et Métiers ParisTech (ENSAM) + Master Double Compétence Etudiants IAE d'Aix-en-Provence). J'ai créé, il y a presque 3 ans maintenant, en parallèle de mes études, la société SYNTHES'3D, spécialisée en Communication, Promotion et Infographie 3D pour les projets scientifiques, médicaux et industriels.

Aujourd'hui, mes diplômes en poche, je me lance à plein temps dans cette entreprise que j'ai créée et **me suis donné comme mission, en parallèle de mon activité professionnelle, de promouvoir le statut d'étudiant entrepreneur.**

En plus des témoignages que je laisse sur Internet ou dans les écoles qui organisent des conférences sur le thème, **je viens de terminer l'écriture d'un ouvrage d'une centaine de pages : «Etre étudiant entrepreneur - par celui qui l'a vécu».**

Il s'agit d'une réflexion sur le statut de l'étudiant entrepreneur analysant les points forts, les faiblesses et les risques de ce statut. Chaque chapitre est accompagné de témoignages personnels relatifs à mon aventure afin d'éviter que les étudiants entrepreneurs lecteurs de ce livre ne fassent les mêmes erreurs que les miennes. **Je suis persuadé qu'un discours tenu par un ex-étudiant entrepreneur et par un jeune a beaucoup plus de poids et de force que celui soutenu par un entrepreneur plus confirmé !**

Plusieurs jeunes entrepreneurs et professeurs ont déjà découvert le livre et en ont apprécié la pertinence ! Ils sont convaincus de l'utilité de cet ouvrage pour de futurs créateurs, dans le but de les aider à se décider et à éviter bien des pièges. Il est d'ores et déjà disponible uniquement en format informatique (.pdf) sur le site

www.etre-etudiant-entrepreneur.c.la

Je recherche des sponsors pour m'aider dans cette mission de promotion du statut d'étudiant entrepreneur et pour m'aider à promouvoir mon ouvrage. L'IAE d'Aix-en-Provence ainsi que les Arts et Métiers me soutiennent dans cette démarche ainsi que la société Petit Poucet (capital amorçage pour les étudiants entrepreneurs). Alain GED, le directeur de l'IAE d'Aix m'a proposé également d'en rédiger la préface afin de pouvoir ajouter sa contribution à mon initiative. Plusieurs autres écoles sont sensiblement intéressées (Advancia, ESSEC, etc...) et les Editions Dunod regardent de près mon étude en vue d'une éventuelle publication.

Toute la machine semble être lancée et je suis intimement convaincu que la multiplicité d'actions comme la mienne envers les étudiants et les jeunes diplômés peut provoquer un engouement général envers la création d'entreprise et le lancement de nouvelles activités.

VIVIEN POUJADE

Master DC Etudiants IAE Aix
vivien.poujade@synthes3d.com



LA VIE DE L'ASSOCIATION

LES CONFÉRENCES DE L'AD-IAE AIX

L'AD-IAE-AIX organise des conférences qui sont l'occasion de témoigner sur la mise en application des enseignements de l'IAE.

Ces conférences s'adressent aussi bien aux étudiants et diplômés de l'IAE, comme complément indispensable de leur formation, qu'aux cadres et dirigeants en poste soucieux de développer leurs activités. Un cocktail clôture la conférence pour favoriser le développement des réseaux professionnels.

OBJECTIFS DES CONFÉRENCES

Les conférences de l'AD-IAE-AIX ont pour but :

- de compléter la formation délivrée par l'IAE en proposant des témoignages sur la mise en application de ses enseignements ;
- d'identifier les évolutions des besoins des entreprises afin d'adapter les formations ou d'affiner les offres de services des diplômés en recherche de poste ;
- de favoriser le rayonnement de l'IAE et valoriser ses diplômés en apportant de la valeur ajoutée aux cadres et dirigeants des entreprises ;
- de favoriser l'insertion professionnelle des diplômés par la rencontre des dirigeants et cadres en poste dans les entreprises régionale au cours des cocktail qui clôturent les conférences.

Les étudiants et diplômés en poste sur la région sont donc vivement conviés à participer à ces conférences et à y inviter des cadres en poste et dirigeants des entreprises régionales.

La participation au cocktail est indispensable et doit être «rentabilisée» en appliquant les règles du réseautage :

- Ne pas rester à discuter avec les personnes que vous rencontrez fréquemment ;
- Aller vers les personnes que vous ne connaissez pas (demandez-leur qui elles sont et ce qu'elles font) ;
- Mettez les personnes que vous rencontrez en relation avec les personnes que vous connaissez déjà et qui partagent les mêmes centres d'intérêt ;
- Ne discutez pas en groupe fermé, laissez un espace pour accueillir un nouvel intervenant ;
- Echangez vos cartes de visite et prenez rendez-vous pour approfondir vos échanges dans un autre lieu.

ZOOM SUR ...

DÉVELOPPEMENT DURABLE : LA RESPONSABILITÉ SOCIALE (OU SOCIÉTALE) DES ENTREPRISES

La RSE au-delà de la notion de responsabilité c'est en premier lieu, du Respect : en ces domaines mieux vaut tard que jamais ...

La RSE DOIT NOUS ÉVOQUER AUSSI ET SURTOUT LE RESPECT DES SYSTÈMES ENTREPRENEURIAUX :

En effet, jusqu'à il y a encore quelques années, les entreprises n'étaient pas vraiment obligées de se soucier en même temps des approches environnementales, sociales ou sociétales. Or en cette fin d'année 2007, et sur fond de grèves sur les régimes spéciaux de retraites et depuis que le prix Nobel de la paix a été attribué à Al Gore pour moitié et au GIEC (groupe international pour l'étude du climat) pour une autre moitié, et depuis le Grenelle de l'environnement en France qui a appelé récemment de ses vœux une extension internationale sur ces sujets, **une entreprise, quelle que soit sa taille, ne peut plus dorénavant se contenter d'objectifs strictement économiques.**

De même les cours de management et tous les fondamentaux de la stratégie économique devront être revisités. Tout va y passer, depuis les concepts et les relectures des manuels religieux, jusqu'au dernier fond sous-marin qui sera exploité pour une manne pétrolière nécessitant d'ores et déjà un coût d'extraction proche du prohibitif.

La seule question, qui demeurera encore longtemps, est :

**COMMENT CONCILIER CROISSANCE ET EFFICACITÉ ÉCONOMIQUE
TOUT EN SATISFAISANT AUX BESOINS HUMAINS ET EN
PRÉSERVANT L'ENVIRONNEMENT ?**

Il faut donc y aller ... mais peut-être pas trop vite et aussi, autant que possible, pas trop tard ... c'est une question de dosage subtil entre ceux qui ne révolutionneront pas immédiatement leur modèle de business mais affichent déjà des valeurs de plus en plus vertes, et ceux qui basculent en totalité dans la cinétique du développement durable. La notion de développement durable au-delà du concept, introduit de nouvelles pratiques managériales, d'autres modes d'organisation et de développement, dont le maître mot, qui résume pratiquement tout, devrait être « Respect ». Avec le Respect des Clients, des Produits, des Fournisseurs, de la Nature, de la Terre, des Individus, de l'Etat, des Jeunes, des Vieux, (pardon des seniors ...) sans oublier le Respect de la parole donnée ... tout va y passer, on vous dit, et il vaut mieux tard que jamais ...

Le seul problème est que, assez souvent même, personne ne respecte cette notion de Respect (en même temps et sur les mêmes zones économiques), il paraît même que c'est ça la différenciation stratégique, ne pas faire comme tout le monde au même moment et en même temps, or sur ce sujet être les seuls à avoir raison ne servirait à rien.

Toute la politique actuelle des entreprises consiste donc à savoir jusqu'où ne pas aller trop loin et trop vite dans cette direction qui conjugue Respect des systèmes et esprit d'entreprise ... dont les volumes d'activités impliquent une pression environnementale bien trop forte, alors en attendant que l'on ne puisse plus y échapper ... Respect à toi ami(e) lecteur/trice, et n'oublie pas de respecter ces quelques préceptes du Respect avec la Responsabilité et le Sens (le bon) qui te caractérise.

GILBERT ISOARD

Direction de Projet
Coordination & Valorisation «Développement Durable»
gilbert.isoard@polytech.reseau.org

SERVICES

L'ANNUAIRE DES DIPLÔMÉS EN 2008

ANNUAIRE PAPIER

L'annuaire papier 2008 des diplômés de l'IAE d'AIX est en cours d'édition.

Il sera sera diffusé en avril 2008, après présentation à l'AG. Ce sera l'annuaire du cinquantenaire de l'IAE, puisqu'il n'y en a pas eu en 2005.

La société Gentry Edition est mandatée par l'AD-IAE-AIX pour solliciter les annonceurs afin de financer son édition par la vente d'encarts publicitaires. Réservez-lui votre meilleur accueil.

A travers ce support, les annonceurs présenteront leurs activités à plus de 2500 cadres en poste dans tous les secteurs d'activité.

En attendant sa parution, une version photocopiée de l'annuaire est disponible sur demande.

Pour être sûr de figurer sur l'édition 2008, vérifiez vos coordonnées et celles de vos camarades sur le site www.ayex.org qui sera bientôt remplacé par un annuaire électronique plus performant.

ANNUAIRE EN LIGNE

Le nouvel annuaire en ligne sera disponible en janvier 2008.

Utilisez l'ancien annuaire Ayex pour mettre à jour vos coordonnées.

1. QU'EST-CE QUE L'IE (INTELLIGENCE ECONOMIQUE) ?

L'intelligence économique utilise les méthodes de management et les techniques ayant pour objectif d'apporter des informations à l'organisation pour en faire le meilleur usage, c'est-à-dire enrichir le savoir de l'organisation. (définition Wikipedia)

2. DÉFINITION DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE PAR PHILIPPE BAUMARD, PROFESSEUR À IAE AIX EN PROVENCE :

« L'intelligence économique n'est plus seulement un art d'observation mais une pratique offensive et défensive de l'information. Son objet est de relier entre eux plusieurs domaines pour servir à des objectifs tactiques et stratégiques de l'entreprise. Elle est un outil de connexion entre l'action et le savoir de l'entreprise. »

3. OBJECTIFS DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE :

- Gérer et exploiter l'Information pour produire de la connaissance à visée stratégique, organisationnelle et opérationnelle.
- Protéger son patrimoine immatériel constitué d'informations, de savoirs et de connaissances.

Nous allons nous intéresser plus particulièrement à deux champs plus précis de l'IE : la Business Intelligence (ou Décisionnel) et l'Intelligence Client.

A. BUSINESS INTELLIGENCE

La Business Intelligence (BI), également appelée «intelligence d'affaires» ou «informatique décisionnelle», englobe les solutions informatiques apportant une aide à la décision avec, en bout de chaîne, rapports et tableaux de bord de suivi à la fois analytiques et prospectifs. Le but est de consolider les informations disponibles au sein des bases de données de l'entreprise.

La notion de BI est apparue à la fin des années 1970 avec l'apparition des premiers infocentres. Des systèmes qui envoyaient des requêtes directement sur les serveurs de production, ce qui se révélait plutôt dangereux pour ces derniers. Dans les années 1980, l'arrivée des bases relationnelles et du mode client / serveur a permis d'isoler l'informatique de production des dispositifs décisionnels.

Dans la foulée, des acteurs spécialisés se sont lancés dans la définition de couches d'analyse «métier», dans le but de masquer la complexité des structures de données. Depuis lors, la BI n'est plus l'apanage des équipes techniques, elle est directement accessible aux responsables opérationnels.

Quels champs sont couverts par la BI ?

Traditionnellement centré sur les questions comptables, (consolidation et planification budgétaire), le champ de la BI s'est petit à petit étendu à l'ensemble des grands domaines de l'entreprise, de la gestion de la relation client à la gestion de la chaîne logistique en passant par les ressources humaines. Pour ce faire, les éditeurs spécialisés ont défini des bibliothèques d'indicateurs prêts-à-l'emploi permettant de suivre ces différentes activités.

B. L'INTELLIGENCE CLIENT (CUSTOMER INTELLIGENCE)

L'intelligence Client regroupe tout ce qui a trait ou rapport avec le CLIENT de l'Entreprise. Notons que certaines applications peuvent faire référence à des clients internes (groupement d'adhérents, travail collaboratif, gestion de projet ...), dans ce cas on parlera plutôt de Business Intelligence.

Cette Intelligence Client permet une gestion fine du Marketing Relationnel (Marketing One-to-One ou One-to-Few). La nécessité d'une Communication Individualisée naît en effet du Besoin de reconnaissance de l'Individu, de la prise en compte de ses spécificités, de ses centres d'intérêt, etc... Et alors même que 90% des messages publicitaires reçus de nos jours ne correspondent pas à nos attentes (par exemple la Communication de Masse télévisuelle).

La personnalisation entraîne une meilleure attention aux messages de la marque, l'augmentation de la satisfaction client, l'augmentation de la fidélité du client qui se sent compris et reconnu.

Une conférence est organisée à l'IAE d'Aix en Provence le jeudi 24 Janvier 2008 à 19H00 sur le thème de l'Intelligence Economique, de l'Intelligence Client et du Marketing des Services avec la participation (prévisionnelle) de MM. Ph. Baumard (professeur à l'IAE), J-F. Boisson (directeur Pôle Pégase) et P. Notin (CRCI Marseille).

Pour vous y inscrire d'ores et déjà, envoyer un email à : nadege.dubouchet@iae-aix.com (entrée payante selon conditions visibles sur le site <http://ad.iae-aix.com/fr/conferences/>).

O. PAULHIAC