

Extrait du Spyworld Actu

<http://spyworld.spyworld-actu.com/spip.php?article7402>

Digimind veut vulgariser la veille stratégique dans les entreprises

- Intelligence économique -

DIGIMIND

Date de mise en ligne : mercredi 2 avril 2008

Spyworld Actu

L'éditeur français sort la V7 de son outil en mode ASP, doté d'un tableau de bord dynamique et personnalisable. Il veut étendre sa cible de profils de managers.

Comme la fondation Mozilla, Digimind, un éditeur français de solutions de veille stratégique en mode hébergé, fête ses dix ans. Un évènement qui coïncide avec le lancement dès aujourd'hui de la nouvelle version de son produit phare : Digimind 7.

Mardi matin, Vnnet.fr a assisté à une démo de ce nouvel outil dans les locaux de Digimind. "Nous souhaitons étendre la cible des utilisateurs de nos services. Outre les responsables veille stratégique au sein des entreprises, nous cherchons à intéresser les chefs de produits et les managers de business unit", commente Olivier Scheffer, directeur marketing de Digimind.

Dans la vision de l'éditeur, les passerelles entre les solutions de business intelligence (décisionnel) et la veille stratégique vont se multiplier. Digimind estime qu'à l'avenir les solutions de Market & Competitive Intelligence ne peuvent que se rapprocher des solutions de Business Intelligence (Oracle / Hyperion, SAP / Business Objects, IBM / Cognos) - de par leur forte complémentarité pour appuyer la décision tactique et stratégique.

Un "Google News puissance 100"

Trois grandes nouveautés apparaissent par rapport à la version précédente (Digimind Evolution) : tout d'abord, "l'industrialisation du processus de sourcing" (recherche des sources d'information). La base de données de l'outil comporte plusieurs centaines de milliers de sources d'infos (indexées via les flux RSS ou des algorithmes pour capter les web news).

"Dans une démarche d'exhaustivité, nous proposons un Google News puissance 100. Cet effort de mutualisation se traduit par la mise en place d'une base de données de sources clé en main surveillée par nos technologies", précise le représentant de Digimind.

Secundo, l'éditeur a développé la dimension filtrage sémantique, à côté du filtrage traditionnel réalisé par mots-clés. Le concept est plus difficile à cerner : "le but est de créer des listes d'entités avec lesquelles on va pouvoir effectuer la surveillance, avec possibilité de jouer sur les variables".

La plus grande attention est portée sur la création de tableau de bord de veille personnalisée et dynamique fondée sur une technologie "similaire à Ajax" [c'est du flash en l'occurrence]. Bref, une approche "à la Netvibes", pourrait-on résumer.

Croissance auto-financée et rentable

Pour disposer de la solutions complète de Digimind 7, une entreprise devra déboursier 70 000 euros HT (pour deux veilleurs pro + une cinquantaine d'utilisateurs).

En 2007, le spécialiste de la veille logiciel a réalisé un chiffre d'affaires de 3,7 millions d'euros, sachant qu'il consacre 40% de ce montant aux investissements R&D (il dispose de deux centres à Grenoble et à Rabat au Maroc). "Nous

affichons une croissance auto-financée et rentable", précise notre interlocuteur.

Depuis dix ans, la société recense 240 projets de veille menés pour le compte de 80 clients (une base fidèle qui se ré-abonne quasi-systématiquement chaque année). Outre sa solution de veille stratégique, Digimind commercialise depuis l'automne dernier une solution de type "e-réputation" qui inclut une dimension gestion de crise.

Post-scriptum :

<http://www.vnunet.fr/fr/news/2008/0...>