

Guide de marché pour les outils de veille concurrentielle et de veille commerciale

4 juin 2024 - ID G00785664 - 33 min de lecture

Par Rahim Kaba , Dan Tolan et **1 de plus**

Les entreprises B2B ont de plus en plus recours à des outils de veille concurrentielle et de veille commerciale spécialement conçus pour recueillir, analyser et exploiter les informations. Cette étude aide les chefs de produit à identifier les outils les mieux adaptés pour automatiser ces processus et répondre aux besoins des parties prenantes de l'entreprise et aux résultats attendus.

Aperçu

Principales conclusions

- La veille concurrentielle et commerciale (C&MI) est une priorité absolue à court terme pour les fournisseurs de technologies et de services. Dans l'enquête Gartner 2023 sur les rôles des spécialistes du marketing technologique, 74 % des répondants ont déclaré qu'ils devaient relever les défis de la veille concurrentielle et commerciale dans les 12 mois pour assurer le succès de leurs équipes.
- Les entreprises de toutes tailles ont du mal à la fois à collecter des données significatives liées à leurs marchés et à leurs concurrents et à analyser ces données pour découvrir des informations exploitables qui sont utilisables dans toute l'organisation.
- Les fournisseurs d'outils de veille concurrentielle et de marché continuent d'investir dans le développement d'intégrations étroites avec des applications et des sources de données tierces qui facilitent la collecte de renseignements (entrée) et l'utilisation des données et des informations dans l'ensemble de l'entreprise (sortie).
- Pour augmenter la productivité du personnel pour les activités C&MI, la plupart des fournisseurs ont ajouté des fonctionnalités d'IA générative (GenAI) qui résument de vastes quantités d'informations provenant de sources de données internes et externes.

Recommandations

- Augmentez la vitesse de valorisation du déploiement d'un outil C&MI en mettant en œuvre des pratiques et des mesures fondamentales de veille concurrentielle et de marché avant de

poursuivre un processus de sélection d'outils.

- Comprendre et hiérarchiser les besoins et les cas d'utilisation de C&MI dans l'ensemble de l'organisation en impliquant, au minimum, la stratégie d'entreprise, la gestion des produits, le marketing des produits et la direction des ventes.
- Favorisez l'adoption et l'utilisation des outils en vous assurant que les fournisseurs d'outils C&MI que vous évaluez proposent une intégration prête à l'emploi avec les applications que vos utilisateurs cibles utilisent régulièrement.
- Évaluez les avantages des capacités d'IA (y compris GenAI) intégrées aux outils C&MI en déterminant si/comment ces capacités répondent à vos besoins de manière plus efficace ou plus efficiente que le statu quo ou les outils autonomes .

Définition du marché

Les outils de veille concurrentielle et de veille commerciale permettent aux organisations de suivre, collecter, stocker, analyser et diffuser des informations et des connaissances – collectées auprès de sources internes et externes – sur les concurrents, les marchés et les clients. Ces sources comprennent, sans s'y limiter, les actualités, les médias sociaux, les sites Web, les bases de données sectorielles, les recherches syndiquées et les documents financiers. Ces outils fournissent une plate-forme centralisée pour toutes les informations sur le marché et la concurrence, qui peuvent être utilisées par un éventail de parties prenantes au sein d'une organisation pour leurs besoins spécifiques (par exemple, stratégie d'entreprise, stratégie produit, messages différenciés ou activation des ventes).

Description du marché

Les entreprises B2B ont du mal à collecter des données structurées et non structurées pertinentes sur leurs concurrents, leurs marchés et leurs clients, et à analyser le volume de données pour créer des informations exploitables. Une partie de ce défi consiste à savoir où chercher et à comprendre ce qui est significatif, ainsi qu'à rendre les informations exploitables dans toute l'organisation. De tels défis conduisent à un gaspillage d'efforts et à l'incapacité de maximiser l'impact de la veille concurrentielle et commerciale sur plusieurs postes tels que ceux de la stratégie d'entreprise, de la gestion des produits, du marketing et des ventes .

Pour résoudre ce problème, les organisations ont de plus en plus recours à des outils C&MI spécialement conçus pour accroître l'efficacité. Les outils C&MI automatisent les tâches fastidieuses de collecte de données à partir de sources internes et externes, d'analyse des données en fonction de règles définies, de stockage des données et de l'analyse , et de mise à disposition du niveau approprié d'informations et/ou de connaissances aux consommateurs internes concernés .

Les caractéristiques communes des outils de ce marché peuvent être résumées par le processus en trois étapes de Gartner pour mener une veille concurrentielle et commerciale, comme décrit dans la Figure 1 .



Figure 1 : Processus en trois étapes pour mener des recherches sur la concurrence et le marché

Three-Step Process for Conducting Competitive and Market Intelligence



Source: Gartner
785664_C

Gartner

Les outils C&MI garantissent l'exactitude et la qualité des données et fournissent un référentiel centralisé pour toutes les informations afin que les consommateurs internes puissent accéder aux données et aux analyses associées. Les principaux cas d'utilisation C&MI de ces outils sont divisés en trois phases :

- **Collecter – Collecter et organiser les données** : Collectez des données provenant de sources multiples et organisez-les pour que les différentes parties prenantes puissent remettre en question les hypothèses sur les menaces actuelles et futures. Parmi les exemples de sources de données internes et externes, on peut citer la gestion de la relation client (CRM), l'analyse des gains/pertes, les informations sur les employés, les enquêtes auprès des clients, les sites Web des concurrents, les entretiens avec les partenaires, les médias sociaux, les sites d'évaluation par les pairs, les sites d'emploi, les recherches syndiquées, les revues à comité de lecture, les bases de données sectorielles, les rapports d'entreprise et les présentations aux investisseurs.
- **Analyser – Traduire les données en informations** : Analysez les données recueillies sur les marchés, les concurrents, les partenaires, les acheteurs et les clients pour révéler des informations sur les menaces, les avantages et les tendances du secteur. Effectuez des analyses SWOT (forces, faiblesses, opportunités et menaces) et d'autres formes d'analyse pour tirer des informations et des prévisions des données collectées.
- **Exploiter – Distribuer les informations aux principales parties prenantes** : développer des tableaux de bord, des rapports et des résumés en temps réel, des alertes automatisées, des fiches de combat, des manuels et des formations pour garantir que les connaissances et les informations sont disponibles et exploitables dans toute l'entreprise. Illustrer l'impact de ces informations sur les priorités et les décisions stratégiques et tactiques.

Orientation du marché

Le marché des outils C&MI est en pleine croissance mais fragmenté. Gartner s'attend à ce que davantage d'organisations B2B adoptent des outils C&MI pour améliorer la rapidité, l'efficacité et l'efficacité de leurs activités C&MI. La clé de cette adoption est la nécessité de remédier au manque de pratiques et de processus C&MI matures et reproductibles, qui est fréquemment mis en évidence dans les évaluations au niveau de l'organisation réalisées par les clients de Gartner.

Les fournisseurs de ce marché ont depuis des années utilisé l'IA dans leurs solutions, principalement pour améliorer l'efficacité de la collecte de données et « éliminer le bruit » (par exemple, la duplication des données et les informations non pertinentes). De nouvelles améliorations et une utilisation accrue de l'IA pour réduire la dépendance à l'élément humain sont une quête généralisée des fournisseurs et de bon nombre de leurs clients.

Bien que les outils C&MI améliorent l'efficacité et l'efficacité des ressources humaines (par exemple, les analystes C&MI, les responsables marketing et les chefs de produit) et des processus, ils ne les remplacent pas intrinsèquement. Dans cette optique, les organisations doivent s'attendre à continuer à avoir besoin de « l'intervention humaine » pour les activités C&MI dans un avenir prévisible.

Les principaux développements du marché comprennent :

- **Émergence des fonctionnalités GenAI** : depuis l'introduction de ChatGPT d'OpenAI, les organisations exploitent GenAI pour automatiser les étapes initiales de collecte et d'analyse des C&MI. Cependant, les outils GenAI grand public comme ChatGPT et Google Gemini sont formés sur des données accessibles au public, ce qui limite la portée des informations qui peuvent être fournies aux utilisateurs. Pour combler cette lacune, la plupart des fournisseurs d'outils C&MI ont ajouté ou prévoient d'ajouter des fonctionnalités GenAI à leurs solutions, spécifiquement formées sur des données commerciales, financières et de produits provenant de sources internes et externes pertinentes, afin d'améliorer la recherche et la synthèse de vastes quantités d'informations. Ces fonctionnalités GenAI intégrées peuvent accroître la productivité des utilisateurs qui peuvent avoir du mal à suivre des volumes élevés de renseignements sur la concurrence et le marché. Par exemple, GenAI a le potentiel de supprimer la nécessité de développer manuellement des résumés faciles à digérer (par exemple, des actualités commerciales, des recherches syndiquées, des rapports financiers, des avis clients et des analyses de gains/pertes). Lorsqu'il est intégré aux outils C&MI, il peut consommer des informations provenant d'une large gamme d'entrées pour obtenir ces résumés en quelques secondes tout en préservant les liens vers le matériel source pour la validation et une enquête plus approfondie.
- **Mesure du retour sur investissement technologique** : en raison de difficultés économiques et de budgets réduits, de nombreux acheteurs doivent justifier leur investissement dans des outils C&MI. Par conséquent, la capacité à mesurer le retour sur investissement et la valeur du C&MI en reliant les activités de veille aux résultats commerciaux est devenue une priorité essentielle (voir [Mesurer la veille concurrentielle pour prouver l'impact commercial](#)). Les cas d'utilisation liés aux ventes et l'application de la veille concurrentielle sur le terrain sont des domaines clés de concentration et de demande. Selon l'enquête Gartner 2023 sur la stratégie

de veille concurrentielle, l'influence sur le taux de réussite (41 %), la confiance des ventes (26 %), le chiffre d'affaires (12 %) et la rétention (12 %) sont les principales mesures que ces équipes cherchent à mesurer pour démontrer le retour sur investissement.² En conséquence, de nombreux fournisseurs de C&MI se concentrent sur des livrables visant à aider les vendeurs à se différencier et à remporter des contrats avec un degré d'efficacité plus élevé. Les fournisseurs continuent également d'améliorer les capacités de reporting qui permettent aux organisations de mieux mesurer l'impact et de lier leur investissement C&MI aux principaux résultats commerciaux.

- **Intégrations tierces croissantes** : l'intégration avec des applications en amont et en aval a été soulignée par de nombreux fournisseurs évalués dans cette étude. De telles intégrations facilitent la collecte, l'analyse ou l'exploitation des données et des informations. Par exemple, l'intégration avec une plateforme d'automatisation de la force de vente/CRM (par exemple, HubSpot Sales Hub et Salesforce Sales Cloud) signifie que les informations relatives aux concurrents capturées pendant le cycle de vente, ainsi que l'analyse des gains/pertes (voir [le Guide du marché pour les fournisseurs d'analyse des gains/pertes](#)), peuvent être plus facilement collectées. D'autres intégrations facilitent la phase d'exploitation, par exemple via une plateforme d'activation des revenus, pour favoriser la maîtrise du contenu activé par C&MI sur le terrain (voir [le Guide du marché pour les plateformes d'activation des revenus](#)). De même, l'intégration avec des outils de collaboration courants, tels que Microsoft Teams et Slack, permet le « crowdsourcing » des renseignements des équipes en contact avec les clients et la diffusion d'informations générales dans l'ensemble de l'organisation.
- **Annonces de financement continu et de fusions et acquisitions** : Pour une liste des activités notables dans ce domaine au cours des 18 derniers mois, voir la note 1.

Sur la base de ces tendances et de cette dynamique, le marché des outils C&MI se renforce, tout comme la notoriété de ces outils parmi les organisations B2B.

Selon l'enquête Gartner GenAI Impact on Tech Providers Survey 2023, les personnes interrogées ont classé « les études de marché et concurrentielles » comme le quatrième cas d'utilisation GenAI le plus populaire.¹ Ils ont également identifié les outils de veille concurrentielle et commerciale comme l'une des trois principales technologies offrant le plus grand potentiel d'intégration des capacités GenAI pour accroître la productivité des utilisateurs.

Analyse de marché

Le marché des outils C&MI est composé de fournisseurs qui proposent globalement le même type de fonctionnalités. Les recherches de Gartner ont démontré que tous les fournisseurs interrogés étaient capables de prendre en charge, dans une plus ou moins grande mesure, les trois étapes essentielles de la veille concurrentielle et commerciale : **collecter**, **analyser** et **exploiter**.

Cependant, chaque fournisseur dispose de différents niveaux de capacités, en fonction de ses marchés cibles et de ses profils.

Les technologies liées à la démocratisation des connaissances entrent en collision et convergent. Les fournisseurs brouillent les frontières entre les catégories – comme les outils C&MI, les plateformes de gestion des connaissances (par exemple, Bloomfire, Market Logic et Stravito) et les outils de surveillance et d'analyse des réseaux sociaux (par exemple, Brandwatch, Digimind et Meltwater) – et se diversifient dans des marchés adjacents tels que les plateformes de génération de revenus (par exemple, Highspot, Seismic et Showpad) et les solutions d'analyse des gains/pertes (par exemple, Challenger Loop, Clozd et TruVoice). Certaines de ces solutions permettent de collecter, d'organiser et de distribuer facilement le contenu des ressources C&MI. Cependant, beaucoup d'entre elles ne disposent pas de fonctionnalités C&MI spécialement conçues.

Les outils de surveillance et d'analyse des réseaux sociaux permettent aux organisations de suivre et d'analyser l'activité des concurrents, et les plateformes de gestion des connaissances donnent accès aux données concurrentielles. Par conséquent, ces solutions remplissent certaines des fonctionnalités de base du processus C&MI, mais pas toutes. Il est important de noter que tous les outils C&MI disposent de fonctionnalités de gestion des connaissances de base telles que la création et l'édition de contenu C&MI, ainsi qu'un référentiel numérique centralisé avec accès aux informations et possibilité de partager et de collaborer avec d'autres utilisateurs.

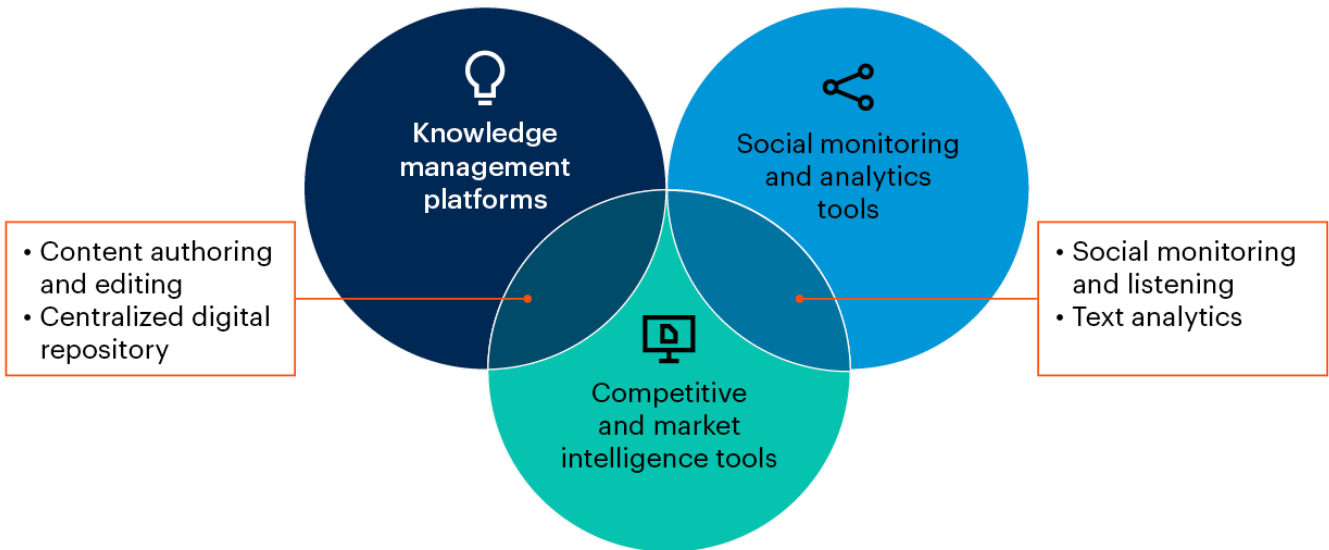
Tous les outils C&MI disposent également de capacités de surveillance et d'analyse sociales de base, telles que l'identification en temps quasi réel des sujets d'actualité et des médias pertinents (y compris les changements, les tendances ou les anomalies), ainsi que l'analyse de texte pour tirer des informations à partir de textes structurés et non structurés (voir Figure 2).

Collaborer avec les principales parties prenantes internes pour comprendre les capacités des outils existants utilisés pour les activités adjacentes liées à l'analyse C&MI. Déterminer s'il existe suffisamment de chevauchement pour consolider les achats ou pour faciliter l'intégration du partage de données afin d'améliorer la collecte, l'analyse et l'exploitation des informations, ainsi que les résultats associés.

Figure 2 : Superposition des capacités de veille concurrentielle et de veille commerciale sur les différents marchés technologiques



Overlapping Competitive and Market Intelligence Capabilities Across Technology Markets



Integrations with enterprise applications

CRM, revenue enablement platforms, revenue intelligence platforms, win/loss analysis, analytics and BI platforms, collaboration tools

Source: Gartner
785664_C

Gartner

Utilisateurs et livrables

Les outils C&MI sont utilisés par de nombreuses parties prenantes au sein des organisations B2B, principalement les analystes C&MI, ainsi que les équipes marketing, gestion de produits et stratégie d'entreprise. Les principaux consommateurs d'informations et de livrables disponibles dans ces outils (et via des intégrations avec des applications tierces) incluent les dirigeants, les ventes, le marketing et la réussite client, ainsi que les curateurs du contenu eux-mêmes. Leur attrait s'étend à toutes les tailles d'organisations, avec des déploiements dans les petites et moyennes entreprises comme dans les grandes entreprises. Cependant, l'adéquation de ces outils à ces segments de marché varie.

D'après les interactions avec les clients de Gartner, les livrables les plus couramment utilisés par les utilisateurs de l'outil C&MI incluent :

- **Pages dédiées dans l'application, manuels et cartes de combat** pour organiser et partager des données et des informations
- **Rapports d'analyse comparative** pour comparer les informations disponibles sur l'entreprise, les finances, les produits et les prix
- **Des résumés de newsletters et des alertes push** pour des éléments spécifiquement suivis afin de diffuser des informations dans toute l'organisation

- **Rapports et résumés détaillés** pour des consommateurs d'informations spécifiques en fonction des besoins et des questions de chaque partie prenante
- **Tableaux de bord en temps réel** pour mesurer l'adoption de l'outil, les livrables associés et leur impact sur les résultats commerciaux définis

Les outils C&MI ne sont pas conçus pour créer un programme C&MI à partir de zéro. Les organisations qui ne disposent pas d'une base C&MI solide consacreront une grande partie de leur temps de mise en œuvre à définir des objectifs et des processus et, par conséquent, bénéficieront d'un délai de rentabilisation plus long de leur investissement technologique.

Taille et maturité du client

Au cours de nos recherches, de nombreux fournisseurs ont souligné que les organisations de moins de 200 employés ne sont pas les principales cibles de leurs outils et services . Cela ne signifie pas que ces organisations ne tireraient aucun avantage de l'utilisation de tels outils. Par exemple, les entreprises à forte croissance sur des marchés en évolution rapide pourraient en bénéficier. Cependant, dans la majorité des petites organisations, l'outil n'est pas utilisé à son plein potentiel ou le programme C&MI du client n'est pas suffisamment mature ou robuste pour maximiser la valeur d' un tel outil .

De nombreux fournisseurs d'outils C&MI proposent un support d'analyse C&MI dédié pour la mise en place et le fonctionnement des outils en proposant des formations et un support continu liés à l'analyse et à l'identification des sources. Cependant, ce support ne constitue pas un accord d'externalisation efficace et ne permet pas non plus de fixer ou de favoriser la maturité des processus C&MI existants du client . Sur la base de nos interactions avec de nombreuses organisations, le retour sur investissement d'un outil C&MI est plus rapidement atteint lorsque le processus C&MI et les résultats souhaités ont déjà été établis par le client.

Marchés cibles

Certains des fournisseurs que nous avons analysés se concentrent sur des rôles dans l'investissement ou la stratégie d'entreprise, tandis que d'autres se concentrent davantage sur le marketing et l'aide à la vente. De même, certains se concentrent davantage sur les fournisseurs de technologies et de services B2B, tandis que d'autres se concentrent sur des secteurs verticaux tels que la fabrication, les sciences de la vie, la banque et l'assurance.

Ces marchés, ainsi que les acheteurs de technologies, ont des exigences et des caractéristiques différentes, ce qui signifie qu'un produit ne s'adapte pas automatiquement à tous les domaines,

même s'il est classé de manière générique comme un outil C&MI. Les organisations doivent être précises quant à leurs besoins en matière d'outil C&MI et doivent être conscientes de cette dynamique lorsqu'elles envisagent une solution potentielle pour leurs besoins spécifiques.

Intégrations avec d'autres applications

De nombreuses organisations utilisent une variété d'outils comme composants essentiels de leurs processus C&MI, à la place ou en conjonction avec des outils C&MI dédiés. Cela inclut l'utilisation de plusieurs outils C&MI au sein d'une organisation. Cela n'est pas seulement dû en partie à la nature fragmentée de la sélection des outils au sein de l'organisation, mais également au chevauchement des capacités entre les différents marchés.

La majorité des fournisseurs de C&MI prétendent proposer une solution complète qui répond aux exigences de leurs acheteurs cibles. Cependant, les recherches de Gartner ont démontré que les clients intègrent souvent des applications C&MI à des applications existantes qui offrent des fonctionnalités qui se chevauchent. Par exemple, certains clients utilisent un outil C&MI pour collecter des données et utilisent leurs propres capacités d'IA/traitement du langage naturel (NLP) pour analyser les données, mais ils les intègrent à un moteur de gestion des connaissances ou d'analyse existant pour la conservation et la publication.

De même, certains clients utilisent un outil C&MI pour générer des cartes de bataille et d'autres ressources d'aide à la vente, mais les publient via leur plateforme d'aide aux revenus. En outre, certaines plateformes de renseignements sur les revenus (par exemple, Clari et Revenue.io) offrent la possibilité d'afficher des cartes de bataille en temps réel dans leurs produits pour aider les vendeurs à gérer les objections des acheteurs et les « pièges » concurrentiels sur le moment.

Modèles de déploiement

Les outils C&MI sont principalement achetés sous forme de logiciel en tant que service (SaaS) ou de service géré avec des services d'assistance d'analystes C&MI dédiés. Bien que la majorité des solutions soient fournies via un cloud public SaaS, dans de rares situations, des options de déploiement sur site et dans un cloud privé sont disponibles.

Modèles de tarification

La tarification par abonnement annuel est la norme sur ce marché. Les modèles de tarification varient mais sont principalement basés sur le nombre d'utilisateurs (y compris les administrateurs et les conservateurs de contenu) et/ou le nombre d'entreprises/concurrents suivis. La tarification peut également être affectée par d'autres facteurs, tels que le besoin de fonctionnalités complémentaires (par exemple, l'accès à des sources de données premium derrière un paywall), des intégrations tierces personnalisées et des services d'analystes C&MI dédiés (si disponibles).

Représentants des fournisseurs

Les fournisseurs mentionnés dans ce guide du marché ne constituent pas une liste exhaustive. Cette section vise à fournir une meilleure compréhension du marché et de ses offres.

Sélection du fournisseur

Bien que ce marché soit mature et que de nombreux fournisseurs proposent des outils bien établis, il est encore en évolution. Les fournisseurs de C&MI proposent donc une grande variété d'offres avec des acheteurs cibles et des capacités très différentes. Gartner considère que les ¹³ fournisseurs répertoriés dans le tableau 1 sont représentatifs d'un échantillon représentatif des outils spécialement conçus pour les cas d'utilisation de C&MI dans les organisations B2B.

Tableau 1 : Fournisseurs représentatifs d'outils C&MI

Fournisseur	Nom du produit	Modèle de déploiement	Quartier général
AlphaSense	AlphaSense	SaaS – public	New York, États-Unis
C5i	Rivaliser	SaaS – public	Bombay, Inde
Radar CI	Radar CI	SaaS – public	Géorgie, États-Unis
Comintelli	Intelligence2day	SaaS – public SaaS – privé	Stockholm, Suède
CompetelQ	CompetelQ	SaaS – public	Californie, États-Unis
Contifier	Contifier	SaaS – public	Gurugram, Inde
Crayon	Crayon	SaaS – public	Massachusetts , États-Unis
Bureau d'information	Plateforme InfoDesk	SaaS – public	Stockholm, Suède
Klue	Klue	SaaS – public	Colombie-Britannique, Canada
Aurore boréale	Point unique	SaaS – privé	Massachusetts , États-Unis

Semrush	Compyte	SaaS – public	Massachusetts , États-Unis
Valona Intelligence	Valona Intelligence	SaaS – public	Helsinki, Finlande
Regardez mon concurrent	Regardez mon concurrent	SaaS – public	Londres, Royaume-Uni

Source : Gartner (juin 2024)

Profils des fournisseurs

AlphaSense

Présentation de l'entreprise et des produits : AlphaSense est une société privée fondée en 2011. Elle est présente dans le monde entier et la majorité de ses clients se trouvent en Amérique du Nord. La solution de l'entreprise est conçue pour les professionnels du C&MI afin de soutenir des activités telles que la surveillance de la concurrence, l'analyse du paysage et de l'industrie et les études de marché/thématiques. Les activités de CI et d'activation des ventes sont les principaux utilisateurs du produit AlphaSense, qui utilise le contenu pour informer les cartes de bataille et les bulletins d'information, avec la possibilité de les créer directement dans l'outil. AlphaSense donne accès à quatre types de contenu clés : les actualités et les publications réglementaires, les documents d'entreprise (par exemple, les dépôts importants, les relations publiques, les présentations), les entretiens avec des experts et les recherches de courtiers (par exemple, les recherches de Wall Street).

Principaux secteurs d'activité desservis : Banque et valeurs mobilières, sciences de la vie, technologie et services informatiques, fabrication et ressources naturelles, et conseil

Exemples d'intégrations prêtes à l'emploi : Box, Dropbox, Evernote, Microsoft Office, Microsoft SharePoint, Microsoft Teams et Salesforce Slack

Les domaines d'investissement pour l'année prochaine comprennent :

- Accès à du contenu premium – Couverture supplémentaire des entreprises privées ; couverture étendue des entreprises publiques en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique (EMEA) et en Asie/Pacifique (APAC) ; et données financières
- Fonctionnalités supplémentaires de GenAI – Lancement d'un assistant de recherche de bout en bout avec des fonctionnalités telles que la synthèse, la recherche en langage naturel et la compilation de notes/newsletters

Exemples de clients : Goldman Sachs, Google, Pfizer, Salesforce et Snowflake

C5i

Présentation de l'entreprise et des produits : C5i (anciennement Course5 Intelligence) est une société publique fondée en 2000. L'entreprise dispose d'une gamme de plateformes d'analyse et de renseignement de données, notamment son outil Compete C&MI. Bien qu'elle soit présente dans le monde entier, plus de la moitié de ses clients se trouvent en Amérique du Nord. Compete est une plateforme C&MI centralisée qui capture des données en temps quasi réel collectées sur les marchés, les industries, les prix et les produits concurrents, et fournit des informations enrichies par l'IA en fonction des rôles individuels pour une meilleure prise de décision. La solution prend en charge la personnalisation basée sur l'IA, les informations automatisées, la recherche fédérée, le balisage automatisé et la synthèse de texte. Son chatbot alimenté par GenAI permet aux utilisateurs de poser des questions liées à C&MI et fournit des informations en langage naturel et dans des formats structurés tels que des graphiques de connaissances .

Principaux secteurs d'activité desservis : technologies et services informatiques, sciences de la vie, fabrication et ressources naturelles, vente au détail, banque et valeurs mobilières

Exemples d'intégrations prêtes à l'emploi : Bazaarvoice, Sprinklr et divers fournisseurs de systèmes de gestion des informations sur les produits (PIM)

Les domaines d'investissement pour l'année prochaine comprennent :

- IA éthique et explicable – Conservez la surveillance humaine et expliquez les décisions derrière les prédictions basées sur l'IA
- IA générative – Utilisez des modèles LLM tiers ou propres aux clients pour améliorer l'expérience utilisateur
- Consumer 360 (analyse omnicanale) – Collectez et analysez les données sur tous les canaux pour offrir des expériences plus personnalisées

Exemple de clients : le fournisseur n'est pas en mesure de partager les noms des clients pour des raisons de confidentialité

Radar CI

Présentation de l'entreprise et des produits : CI Radar est un fournisseur privé de plateformes C&MI fondée en 2004. L'entreprise propose des outils et des capacités de surveillance de l'actualité et des médias, de veille documentaire, de veille marketing, de briefing par e-mail pour permettre la diffusion proactive de renseignements aux parties prenantes de l'entreprise. CI Radar cible principalement les équipes C&MI et produits pour les aider à automatiser la collecte et l'examen des renseignements et à prendre des décisions stratégiques et produits tout en fournissant des cartes de bataille commerciale. Les clients se voient attribuer un analyste dont le rôle est d'examiner et de gérer les renseignements quotidiens.

Principaux secteurs d'activité desservis : technologies et services informatiques, sciences de la vie, fabrication et ressources naturelles, assurances, communications et médias

Exemples d'intégrations prêtes à l'emploi : Confluence, Microsoft Power BI, Microsoft SharePoint, Microsoft Teams, Salesforce Slack, Salesforce Sales Cloud et Salesforce Tableau

Les domaines d'investissement pour l'année prochaine comprennent :

- New proprietary and nonproprietary data sources via partnerships and proprietary crawls (data mining from different websites) and through ingestion of additional information sources provided by clients into the platform
- Evaluation of new AI models, combined with "human-in-the-loop" offerings to ensure accurate and deep insights
- AI-based guided question and answer workflows to enable clients to ask questions about future competitor movements, trends and strategy

Example customers: ARAG, Blue Cross Blue Shield, CentralSquare, Vertex and Zix

Comintelli

Company and product overview: Comintelli is a public, boutique C&MI platform provider founded in 1999. The majority of Comintelli clients are based in Western Europe and North America. The company's Intelligence2day solution enables C&MI, strategy and insight teams to collect, store and enrich data from a wide variety of sources to create and distribute insights that enable business decisions. It provides clients with workflow tools to support the insight-generation process and relevant alerts distributed to any preferred device. AI-assisted search, classification and analysis capabilities add context to unstructured content.

Top industries served: Technology and IT services, life sciences, manufacturing and natural resources, chemicals, and utilities/energy

Example out-of-the-box integrations: Microsoft Power BI, Microsoft SharePoint, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud, Salesforce Slack and Salesforce Tableau

Investment areas over the next year include:

- Continued focus on integrating AI capabilities across all parts of the platform, including collection, classification, search and analysis
- More out-of-the-box capabilities (such as predefined dashboards, reports and templates) to enhance user productivity
- Additional integrations with third-party applications – access to CI from the user's preferred platform

Example customers: AkzoNobel, Essity, GEA and VodafoneZiggo

CompetelQ

Company and product overview: CompetelQ is a private, boutique C&MI platform provider founded in 2014. The solution is built for C&MI, marketing and product management teams to monitor the competition and arm sellers to win competitive deals. CompetelQ provides AI summarization, sentiment analysis, automated workflows and reports to build sales battle cards and surface strategic insights. The solution is available in the Salesforce AppExchange and integrates with a broad set of enterprise applications. It includes a win/loss analysis module that incorporates win/loss feedback into the opportunity workflow in Salesforce Sales Cloud.

Top industries served: Technology and IT services, and manufacturing and natural resources

Example out-of-the-box integrations: Highspot, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud, Salesforce Slack, Salesforce Tableau and Seismic

Investment areas over the next year include:

- AI engine – Improving capabilities in sensing, learning and content generation to reduce manual data analysis and unlock insights more quickly and efficiently
- Strategic analysis engine – Designed for directors and executives to inform them of the key developments, implications and opportunities in the marketplace to aid in strategic planning
- UI/UX – Optimizing the navigation and delivery of vast amounts of competitor, product and market data

Example customers: CloudBees, e2open, Kohler, Tata Communications and Zebra Technologies

Contify

Company and product overview: Contify is a private company founded in 2009. Roughly half of its customers are based in North America, with a third in Europe and the remainder in Asia/Pacific and the Middle East. The solution helps businesses track information on competitors, customers and industry segments and share actionable intelligence across the organization. It aggregates structured and unstructured business and industry-relevant news and insights through its proprietary crawling infrastructure.

Top industries served: Technology and IT services, life sciences, banking and securities, communications and media, and manufacturing and natural resources

Example out-of-the-box integrations: Google Suite, Gong, HubSpot CRM, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud, Salesforce Slack and various SSO integrations

Investment areas over the next year include:

- Automated insights – Generation of competitive insights from a large volume of information, using custom knowledge graphs to address the limitations of LLMs
- Workflow automation – Automatic creation of battle cards, competitor profiles and market landscape dashboards with real-time updates using a combination of knowledge graphs and LLMs
- Enterprise integrations – Integration with frequently used CRMs, sales enablement tools and communication channels to facilitate the sharing and distribution of insights

Example customers: Boston Consulting Group, Deloitte, Deutsche Telekom, EY and Taiwan Semiconductor

Crayon

Company and product overview: Crayon is a private company founded in 2014. Although the majority of customers are located in North America, the company has a presence in EMEA and Asia/Pacific. The solution enables businesses to capture, analyze and share competitive insights. Crayon leverages AI/ML to automatically track buyer, seller and third-party competitive information to help its customers improve competitive win rates. The company primarily targets product marketing and CI teams, with a focus on sales enablement.

Top industries served: Technology and IT services, healthcare, banking and securities, and communications and media

Example out-of-the-box integrations: Gong, Highspot, HubSpot CRM, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud, Salesforce Slack and Seismic

Investment areas over the next year include:

- Rapid intelligence – Real-time CI delivered directly to sales and marketing teams
- “Crayon in Context” – Leverage AI to get contextual data about a competitor into the hands of a seller exactly where and when they want to consume it
- Field intelligence – Automatically harvest field intelligence from places it currently exists (e.g., emails, messaging and call recordings)

Example customers: CVS Caremark, Deltek, Dropbox, Motorola and Salsify

InfoDesk

Company and product overview: InfoDesk is a private company founded in 1999. InfoDesk is an insights platform for the intelligent enterprise and primarily targets C&MI teams, including personas such as strategy and knowledge management. The company acquired Wide Narrow (C&MI tool) in April 2023 and has made it the front end of InfoDesk’s platform. The solution helps intelligence professionals aggregate trusted information, analyze intelligence and empower

stakeholders to make informed decisions with AI-enriched insights. The majority of its clientele is evenly split between North America and EMEA.

Top industries served: Life sciences, insurance, technology and IT services, manufacturing and natural resources, and government

Example out-of-the-box integrations: Gong, Microsoft SharePoint, Microsoft Teams, Microsoft Yammer, Salesforce Chatter, Salesforce Slack and Seismic

Investment areas over the next year include:

- Enhanced “analysis copilot” to extend the existing natural language AI copilot and add a chat-based interface for all users
- Improved content connection and filtration module to extend capabilities in connecting unstructured data and enhancement to AI and human-in-the-loop content filtration
- New knowledge graph capabilities to enrich current content and enhance AI search/copilot capabilities, as well as to power a number of dynamic dashboard widgets

Example customers: AstraZeneca, BlackBerry, Electrolux, KUKA and Volvo

Klue

Company and product overview: Klue is a private company founded in 2015. Klue has a presence in EMEA and Asia/Pacific, though most clients are located in North America. Klue positions itself as a “competitive enablement” solution that combines the collection and analysis of competitive intelligence with a content engine for creating and distributing insights across the organization. The company primarily targets product marketing and CI roles, and provides a range of deliverables to support these functions, including battle cards, dashboards with real-time reports and newsletter digests.

Top industries served: Technology and IT services, communications and media, manufacturing and natural resources, banking and securities, and life sciences

Example out-of-the-box integrations: Gong, Highspot, HubSpot CRM, Microsoft Dynamics 365, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud and Salesforce Slack

Investment areas over the next year include:

- New win/loss capabilities – Automated survey distribution and analysis, interview outreach, third-party transcript uploads, customizable tagging, and tailored dashboards with analytics to support client research
- More AI-generated insights – Adding new insights for strengths and weaknesses, reasons won/lost, sales call themes, and common objections

- Further automation of content creation – Investments in GenAI to automate C&MI deliverable creation while preserving enterprise-level customization and predictability

Example Customers: Adobe, Dell, HubSpot, Mouser Electronics and NTT

Northern Light

Company and product overview: Northern Light is a private company founded in 1996. The majority of its customers are located in North America, with a footprint in Western Europe. Northern Light's SinglePoint solution is an AI-powered enterprise knowledge management platform designed to manage large volumes of C&MI content from disparate sources, including integration with market research providers, to serve large, complex enterprises. The company primarily targets C&MI, marketing, strategy and product development roles.

Top industries served: Life sciences, technology and IT services, insurance, banking and securities, and healthcare

Example out-of-the-box integrations: Box, Google Drive, Microsoft Power BI, Microsoft SharePoint, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud and Salesforce Tableau

Investment areas over the next year include:

- Increased investments in GenAI – Improve search, summarization and generation of dashboards and newsletters
- Widgets with more autopopulation options – Lower the effort to conduct competitive analyses by creating dashboards with drag-and-drop widgets (These widgets automatically display content from disparate databases and content sources. Examples include product portfolio charts, bullseye charts, SWOT analyses and sales battle cards.)
- Dashboards subscriptions – Subscribe to C&MI dashboards that automatically combine and display inputs from a variety of sources, including commentary and predictions from journalists and research analysts

Example customers: Johnson & Johnson, Pitney Bowes, Prudential, Takeda and Verizon

Semrush

Company and product overview: Semrush is a public company founded in 2008. Semrush specializes in keyword research, competitor analysis, and search engine marketing and optimization with a variety of tools, products and add-ons. Kompyte, acquired by Semrush Holdings in 2022, automates competitive intelligence processes to improve marketing and sales effectiveness and to inform differentiated roadmap planning for product teams. Emphasis is placed on the creation and distribution of effective battle cards for sales.

Example out-of-the-box integrations: Google Drive, Highspot, HubSpot CRM, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud, Salesforce Slack and Showpad

Semrush did not respond to Gartner's requests to complete the vendor survey for this Market Guide. The vendor profile is based on publicly available information.

Valona Intelligence

Company and product overview: Valona Intelligence (formerly M-Brain) is a private company founded in 1999. Its customer base is predominantly based in EMEA and North America, with a small footprint in Asia/Pacific. The company's solution enables teams to discover strategic insights, identify opportunities and anticipate risks to support strategic planning and decision making. The service is delivered via the AI-enabled intelligence platform and industry-specific human research. The company primarily targets C&MI, strategy and sales leaders. In addition, the company provides analyst support to integrate with the clients own C&MI teams, as required.

Top industries served: Manufacturing and natural resources, insurance, technology and IT services, life sciences, and banking and securities

Example out-of-the-box integrations: Microsoft Dynamics 365, Microsoft Office, Microsoft Power BI, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud and various social media platforms

Investment areas over the next year include:

- Enhancements to AI conversational assistant to assist with "asking the right questions"
- AI-driven, industry-specific content models to more effectively find relevant insights based on its clients' use cases and industries
- Improvements to the user experience (e.g., consuming and finding information from reports)

Example customers: ADP, Carhartt, Goodyear, HSBC Assurances Vie and Sage Global Services

WatchMyCompetitor

Company and product overview: WatchMyCompetitor is a private, boutique C&MI platform provider founded in 2015. Most of its clients are based in Europe and North America, with a smaller presence in Asia/Pacific. Its solution enables organizations to make smarter decisions faster and uses AI to track the global digital footprint of an organization's competitors in real time. A dedicated C&MI analyst reviews the insights captured by the platform, provides a daily summary and distributes the insights by email and other channels. The company primarily targets insight, marketing, product and client relationship leaders in enterprise companies.

Top industries served: Education, banking and securities, technology and IT services, manufacturing and natural resources, and life sciences

Example out-of-the-box integrations: Microsoft Power BI, Microsoft SharePoint, Microsoft Teams, Salesforce Sales Cloud, Salesforce Slack, Salesforce Tableau and Seismic

Investment areas over the next year include:

- Customer intelligence service – Empower client success teams with actionable intelligence that drives retention, expansion and cross-selling
- Regulatory intelligence service – Empower risk and compliance teams with the actionable intelligence to ensure regulatory compliance
- Government intelligence service – Allow government teams to stay updated on global policy changes, regulatory news and shifts in international focus

Example customers: Adobe, Google, Merck, Santander Bank and Shutterstock

Market Recommendations

B2B organizations evaluating C&MI tools should review the following before finalizing their decision:

Preparation and requirements alignment:

- Ensure you have the foundational C&MI practices in place and are currently leveraging all available data (see the Recommended by the Authors section at the end of this research) before pursuing a tool selection process.
- Define the use cases and outcomes that you are looking to address as part of C&MI activities, and identify the relevant data required to address these.
- Identify existing tools used for adjacent activities linked to C&MI analysis, such as social monitoring and analytics, content management, knowledge management, and insight engines, and determine the level of potential overlap with the C&MI tools to be considered.
- Identify available internal data, knowledge and functionality of existing tools, and ensure collaboration between corporate strategy, product management, product marketing and sales to solidify a list of key capabilities required to fulfill identified C&MI gaps.
- Identify key external sources of data in order to better focus both manual and tool-related activity.

Vendor assessment:

- Assess peer review sites, such as Gartner Peer Insights or Capterra, and schedule inquiries with Gartner analysts as part of the evaluation of C&MI tool vendors to create an initial list for evaluation.
- Evaluate all vendors critically and thoroughly to shortlist the top two (maximum three) potential tools that best match your identified C&MI needs.
- Insist on validating specialization of vendor capabilities (instead of a full package to simplify sourcing and implementation) while ensuring the solution fits your specific architecture.

- Validate vendor solutions' open/standard interfaces for integration as a key compliance element during sourcing.
- Partner with your IT, security and compliance teams to determine the proper use of internal data by GenAI-powered C&MI tools for insight discovery and analysis to mitigate risks and privacy issues related to GenAI. Furthermore, evaluate these tools for accuracy because there is risk of inaccurate, incorrect AI-informed decision making.

Implementation and adoption:

- Ensure the tool is configured to help you demonstrate C&MI impact and technology ROI. This may require integrating the tool with other systems to connect the dots between C&MI activities and their impact on the outcomes you seek.
- Drive usage of the tool and its output by ensuring integration with existing applications used in the product and GTM process – for example, embedding battle cards and competitive insights into core systems such as CRM. In addition, take advantage of dedicated product onboarding offered by your vendor to show key stakeholders how to obtain value from the tool.

Evidence

¹ **2023 Gartner GenAI Impact on Tech Providers Survey.** This survey sought to understand the impact of generative AI (GenAI) on revenue and profitability. It also sought to understand how GenAI is being incorporated in products and services and how it helps in sustaining enterprise performance. The survey was conducted online from October through December 2023. It had 459 respondents who came from technology and service providers located in North America (n = 186), Western Europe (n = 152) and Asia/Pacific (n = 121). Among the respondents surveyed, 185 came from organizations with \$5 million to less than \$250 million in annual revenue, and 274 from organizations with annual revenue of more than \$250 million. Respondents were required to align to one of these primary job functions or roles: C-suite executive or equivalent; marketing or product marketing; and product development, engineering or management. The respondents' organizations were required to have deployed or have a pilot or future plans related to GenAI. In addition, the respondents had some level of influence on decisions related to operations, products or services related to GenAI. Quotas were established to ensure distribution in terms of countries, product offerings (software/SaaS and IT services) and job functions. Disclaimer: The results of this survey do not represent global findings or the market as a whole, but reflect the sentiments of the respondents and companies surveyed.

² **2023 Gartner Competitive Intelligence Strategy Survey.** This survey was conducted online from 24 July through 4 August 2023 to explore technology and service provider (TSP) competitive intelligence strategy and planning behaviors. In total, 75 TSP leaders participated: 48 from Gartner's Research Circle, a Gartner-managed panel, and 27 from an external sample. Survey participants were from North America (n = 43), EMEA (n = 27), Asia/Pacific (n = 4) and Latin America (n = 1). All qualifying respondents claimed that carrying out competitive intelligence was at least a part of their responsibilities. Disclaimer: The results of this survey do not represent

global findings or the market as a whole, but reflect the sentiments of the respondents and companies surveyed.

³ **2023 Gartner Tech Marketer Role Survey.** This survey sought to understand the tech marketers' evolving priorities, focus, collaboration with other key functions, and metrics to measure performance and technologies. The research was conducted online from October through November 2023 among 237 respondents from North America (n = 126) and Western Europe (n = 111). Respondents were from midsize (n = 34), large (n = 77) and extra-large (n = 126) organizations across the telecom and technology product or service industries, held the position of director level or higher, and were responsible for marketing/product marketing within their organizations. Disclaimer: Results of this survey do not represent global findings or the market as a whole, but reflect the sentiments of the respondents and companies surveyed.

⁴ This research contains information captured from interactions with Gartner clients over the last 18 months coupled with the responses to a detailed vendor survey for this Market Guide. It also reflects information gathered during briefings with some of these vendors. This Market Guide does not aim to list every provider in this market, but instead to provide a credible representative list of vendors for consideration.

Note 1: Notable C&MI Market Activity

Notable activity in this space in the last 18 months includes:

- January 2024 — [AlphaSense Announces Strategic Investment From Singapore-Based Global Investor EDBI, Adds Mark Leadercramer to Lead APAC Expansion](#)
- July 2023 — [WatchMyCompetitor Secures Investment From Investors Including Wealth Club](#)
- June 2023 — [Course5 Intelligence Completes Fund Raise of \\$53 Million With Second Close Led by Nuvama Private Equity](#)
- April 2023 — [AlphaSense Raises \\$100M Led by Alphabet's CapitalG to Fuel Innovation in AI and Market Intelligence](#)
- April 2023 — [Cuadrilla Capital-Backed InfoDesk Acquires Wide Narrow](#)
- January 2023 — [Comintelli Acquires U.S. Competitor Cipher's Assets for the K360 SaaS Platform](#)
- January 2023 — [Klue Acquires DoubleCheck Research Bolstering Win-Loss Services](#)

Learn how Gartner can help you succeed.

[Become a Client ↗](#)

© 2024 Gartner, Inc. et/ou ses filiales. Tous droits réservés. Gartner est une marque déposée de Gartner, Inc. et de ses filiales. Cette publication ne peut être reproduite ou distribuée sous aucune forme sans l'autorisation écrite préalable de Gartner. Elle contient les opinions de l'organisme de recherche de Gartner, qui ne doivent pas être interprétées comme des déclarations de faits. Bien que les informations contenues dans cette publication aient été obtenues auprès de sources considérées comme fiables, Gartner décline toute garantie quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou l'adéquation de ces informations. Bien que les recherches de Gartner puissent aborder des questions juridiques et financières, Gartner ne fournit pas de conseils juridiques ou d'investissement et ses recherches ne doivent pas être interprétées ou utilisées comme telles. Votre accès et votre utilisation de cette publication sont régis par [la politique d'utilisation de Gartner](#). Gartner est fier de sa réputation d'indépendance et d'objectivité. Ses recherches sont produites de manière indépendante par son organisme de recherche sans apport ni influence d'un tiers. Pour plus d'informations, voir « [Principes directeurs sur l'indépendance et l'objectivité](#) ». Les recherches de Gartner ne peuvent pas être utilisées comme intrants pour la formation ou le développement de l'intelligence artificielle générative, de l'apprentissage automatique, des algorithmes, des logiciels ou des technologies connexes.

[À propos](#) [Carrières](#) [Rédaction](#) [Politiques](#) [Index du site](#) [Glossaire informatique](#) [Réseau de blogs](#)
[Gartner](#) [Contact](#) [Envoyer des commentaires](#)

Gartner[®]

© 2024 Gartner, Inc. et/ou ses sociétés affiliées. Tous droits réservés.