

AMI Enterprise Intelligence Description de Produit Logiciel *Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence*

Version 6.0 – SPD-PACKSCI-1.0 – Juin 2011

Logiciels pour l'Intelligence d'Entreprise

Go Albert SA
46, Avenue Daumesnil – 75012 Paris – France – <http://www.amisw.com/>
Phone +33 (0)1 42 97 10 38 – Fax +33 (0)1 42 97 40 13
S.A. au capital de 175 400 € – R.C.S. Paris B 437 879 869

Sommaire

1	Préambule	5
2	Approbations.....	5
3	Plateforme AMI et packs métiers	6
4	A qui s'adresse ce pack métier ?	7
5	Que vous apportera ce pack métier ?	8
5.1	Garantir un sourcing performant	8
5.2	Etre alerté le plus vite possible.....	8
5.3	Anticiper pour ne pas subir	9
5.4	Tout savoir sur les acteurs de son marché	9
6	Description du pack métier « AMI Strategic and Competitive Intelligence »	11
6.1	En un coup d'œil	11
6.2	Sourcing et capture d'informations	12
6.3	Analyse et capitalisation des données	13
6.3.1	Un outil de capitalisation performant	13
6.3.2	Des tableaux de bord dédiés à l'analyse concurrentielle	14
6.3.3	Un accompagnement pour développer des pratiques d'Intelligence stratégique	15
6.4	Diffusion optimisée des résultats	16
6.4.1	Diffusion en « temps réel » des résultats de veille	16
6.4.2	Suivi rigoureux des documents consultés	17
6.5	En résumé.....	19
7	Pourquoi acquérir le Pack « AMI Strategic and Competitive Intelligence » ?	20
8	Conformité à la législation	22
8.1	Aspects légaux sur l'utilisation des sources.....	22
8.2	Déclaration à la C.N.I.L.....	22

© Copyright 2003-2011 Go Albert SA 46 avenue Daumesnil, 75012 Paris. Tous droits réservés.

Ce document est protégé par copyright. Le produit est distribué avec une licence qui limite son utilisation, sa copie, sa distribution et décompilation.

Ce document ne peut être reproduit, totalement ou partiellement, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, sans l'accord préalable de Go Albert.

Ce document pourra subir des modifications sans notification préalable. Pour obtenir la dernière version de ce document, veuillez nous contacter à doc@amisw.com.

MARQUES DÉPOSÉES: albert®, le logo albert, AMI™, AMI Software, Albert Meaning Interpreter™, What you mean is what you get™ et meaning bus□ sont des marques utilisées par Go Albert. SA.

BREVETS :

United States Patent n° 6-446-064 Enhancing e-commerce using natural language interface .

United States Patent n° 6-594-657 Enhancing Online Support.

United States Patent n° 6-598-039 Natural Langage Interface.

Tous les autres noms de produit sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.

NOTE IMPORTANTE : Ce document est la propriété de la société GO ALBERT France. Sa reproduction, sa traduction et sa diffusion sont interdites sans autorisation écrite de la société GO ALBERT France.

1 Préambule

Ce document constitue la description fonctionnelle du pack **AMI Strategic and Competitive Intelligence** (référence PACKSCI-1.0).

2 Approbations

Approuvé par	Fonction	Date
Alain Beauvieux	Directeur Général, Ventes & marketing	17 juin 2011
Eric Fourboul	Directeur Général, Produits & développements	17 juin 2011
Philippe Albert	Directeur Général adjoint, Responsable AMI SourceBox	17 juin 2011

3 Plateforme AMI et packs métiers

AMI Software propose à ses clients une gamme de produits basée sur la plateforme AMI Enterprise Intelligence version 6.0.

Cette plateforme permet de bâtir des applications :

- ✓ de veille stratégique, d'intelligence économique et de capitalisation de connaissances ;
- ✓ de recherche, de suivi et d'analyse des expressions publiques sur Internet ;
- ✓ de veille internet personnelle ;
- ✓ de recherche d'information sur les données, internes ou externes, de l'entreprise.
- ✓ de gestion des connaissances dans un mode collaboratif,
- ✓ de partage de connaissances dans le cadre de programmes d'innovation,
- ✓ etc.

Elle repose, entre autres, sur un socle technologique éprouvé, breveté et déployé par plusieurs centaines de clients, qui combine les capacités d'un automate de collecte, d'un moteur d'indexation, d'un méta-moteur de recherche, d'une gestion de documents orientée vers ces métiers, d'outils de publication et de diffusion et d'un puissant moteur d'analyse et de cartographie.

Elle peut être complétée par des options, appelées « Packs métier », qui permettent de la spécialiser sur une activité spécifique.

Le présent document décrit le pack optionnel « AMI Strategic and Competitive Intelligence » permettant de bâtir une application dédiée.

D'autres packs métiers sont disponibles ; le lecteur est invité à se renseigner auprès des services commerciaux d'AMI Software ou à visiter le site www.amisw.com

4 A qui s'adresse ce pack métier ?

Ce pack est destiné aux professionnels de la veille et de l'intelligence stratégique, et plus généralement aux responsables des projets d'Intelligence économique, en leur offrant des fonctionnalités et des prestations spécifiques.

5 Que vous apportera ce pack métier ?

5.1 Garantir un sourcing performant

La quantité d'informations circulant sur le Net et la vitesse à laquelle elles se diffusent rend obligatoire la mise en place d'un dispositif capable de capter le plus rapidement possible celles qui sont clés pour l'activité de l'entreprise ou de l'organisme concerné.

Ce dispositif est d'autant plus complexe à réaliser que le responsable du projet Strategic and Competitive Intelligence est confronté à une évolution des sources d'information et de leur nature qui a été extrêmement rapide et continue de l'être. Or, construire un sourcing adapté à la thématique étudiée est indispensable pour garantir une application d'intelligence économique performante. Ne pas le faire est s'exposer à ignorer des informations clés ou inversement à être submergé par un bruit inutile qui rendra difficile l'exploitation des données.

De fait, cette problématique est double et correspond à une grande variété de sources :

- ✓ D'une part, des sources traditionnelles, de presse notamment, qui parfois ne sont disponibles que sous une forme imprimée ; c'est par exemple le cas de la presse régionale où pour certaines applications, l'exploitation de ces sources est incontournable. Le support de diffusion impose un mode de traitement particulier. De plus, ces sources imposent des règles de diffusion de leur contenu qu'il est obligatoire de suivre ce qui nécessite un dispositif particulier.
- ✓ D'autre part, des sources électroniques plus ou moins connues ou reconnues qui peuvent être issues du monde associatif, du monde de l'entreprise voire être le fait d'un spécialiste. Ces sources peuvent s'avérer clés pour un sujet donné, surtout s'il est nouveau pour le responsable du projet de Strategic and Competitive Intelligence ; les détecter rapidement et se donner les moyens de les suivre est incontournable.

De plus, il est indispensable que ce responsable ait une grande autonomie dans l'évolution de ce sourcing en disposant notamment des outils qui permettent d'en mesurer la pertinence.

5.2 Etre alerté le plus vite possible

Apprendre le plus vite possible toute information sur son marché est devenu indispensable pour l'ensemble des dirigeants d'une entreprise. Or, tenir cette promesse dans un monde où les informations circulent à une très grande rapidité impose des modes de diffusion particuliers.

Si la newsletter est un format adapté aux notes d'analyse quotidienne, elle peut s'avérer inappropriée dans le cas où la fréquence de publication des informations est trop importante ou pour des destinataires souhaitant des modes de communication plus interactifs. En particulier, il peut être souhaitable d'avoir des présentations de type tableaux de bord ou des alertes immédiates diffusées par des moyens adaptés.

5.3 Anticiper pour ne pas subir

Une des conséquences de la formidable expansion d'Internet, de la vitesse de diffusion des informations qui y circulent est que, bien souvent, « la veille c'est déjà trop tard ».

En d'autres termes, un dispositif d'alertes, s'il est indispensable en règle générale, peut s'avérer dans certains cas de peu d'utilité. A quoi sert d'apprendre quelques minutes (ou dans le meilleur cas quelques heures) avant tout le monde que votre principal concurrent a passé un accord cadre avec l'un des principaux fournisseurs de votre secteur ? Quelle utilité a t'on d'apprendre par voie de presse qu'un groupe de consommateurs va lancer une plainte contre votre entreprise, quand bien même vous auriez l'information dès sa publication ? Il est bien évident que dans ces cas, l'anticipation du phénomène aurait été clé car elle aurait permis à l'entreprise de se positionner en conséquence.

Or ces capacités d'anticipation reposent généralement sur une discipline combinant collecte systématique des informations du secteur, modélisation et analyse de ces données.

Dans ce cas, un simple dispositif de veille ne sera que de peu d'utilité, le responsable du projet de Strategic and Competitive Intelligence ayant besoin des outils et des méthodes nécessaires pour se doter de ses capacités d'anticipation. En particulier, il est souvent indispensable de définir avec précision des indicateurs dont l'évolution sera précieuse pour détecter l'émergence d'un phénomène. Cette opération qui repose sur l'étude de variations impose donc un dispositif de capitalisation et donc d'historisation sophistiqué qui seul pourra les mettre en évidence.

5.4 Tout savoir sur les acteurs de son marché

En tant que responsable d'un projet de Strategic and Competitive Intelligence, il est indispensable de construire des bases de connaissances permettant de capitaliser les informations clés au fil du temps. Ces informations sont liées aux acteurs du domaine (concurrents, partenaires, clients), à la législation, aux pratiques, etc.

Véritable mémoire de l'entreprise, elles s'avéreront indispensables dans les situations de crise où la réactivité est indispensable mais ne peut s'appuyer que sur un historique. Dans ces situations, l'improvisation n'est d'aucune utilité et il est indispensable de pouvoir savoir très rapidement qui sont les acteurs, leurs relations... en un mot l'ensemble des éléments qui permettent d'apprécier une situation dans sa globalité et pas uniquement à partir des éléments d'actualité, propres à la crise en cours.

De la même façon, une connaissance accumulée sur les acteurs de son domaine peut être essentielle pour des équipes marketing et commerciales afin de mieux analyser et donc comprendre la stratégie d'un partenaire ou d'un concurrent. C'est dans la durée qu'il est possible de l'apprécier correctement et par conséquent par l'exploitation de ces bases de connaissances qui auront été constituées au fil du temps.

6 Description du pack métier « AMI Strategic and Competitive Intelligence »

Ce Pack logiciel ne peut fonctionner qu'en complément de la suite AMI Enterprise intelligence version 6.0 qui devra donc avoir été acquise préalablement.

Une description complète de cette suite (référence SPD-AMIEI-60) détaillant la technologie sous-jacente est disponible sur simple demande auprès des services commerciaux d'AMI Software en téléphonant au +33 (0)1 42 97 10 38 ou en écrivant à info@amisw.com.

6.1 En un coup d'œil

Ce pack est composé des éléments suivants :

- ✓ Sourcing et capture d'informations
 - ⇒ L'accès à de très nombreuses sources d'informations via le portail AMI SourceBox et la possibilité de bénéficier à des conditions forfaitaires d'un sourcing dédié à son activité.
 - ⇒ Des outils et des méthodes facilitant la détection de nouvelles sources pertinentes pour de nouveaux sujets.
 - ⇒ Une application Documents imprimés, permettant notamment d'intégrer avec un logiciel d'OCR des sources papiers tout en offrant une gestion fine des droits associés à ces documents.
- ✓ Analyse et capitalisation des données
 - ⇒ Un module de gestion d'ontologie, qui permet de capitaliser et d'analyser les informations détectées et de mieux comprendre les interactions entre les différents acteurs d'un domaine.
 - ⇒ Des tableaux de bord dédiés à l'analyse concurrentielle offrant immédiatement les indicateurs indispensables au suivi de l'activité de ses concurrents.
 - ⇒ Un accompagnement par des consultants spécialisés pour utiliser efficacement les outils d'Intelligence stratégique à des fins d'anticipation.
- ✓ Diffusion optimisée des résultats
 - ⇒ Une offre permettant de faciliter la diffusion en « temps réel » des résultats produits par AMI Enterprise Intelligence via un système d'alertes et de newsletters adaptés.
 - ⇒ Un suivi rigoureux des documents consultés qui autorisent ainsi une bonne maîtrise des coûts associés.

6.2 Sourcing et capture d'informations

Une application de type Strategic and Competitive Intelligence nécessite un sourcing précis vis à vis du marché suivi tout en gardant la possibilité de surveiller des sources qui ne sont pas a priori dans le champ d'études.

Ce point est d'autant plus important que, souvent, un concurrent apparait sur un secteur où il n'était pas attendu voire est un nouvel entrant du domaine.

Cette dualité impose une évolutivité permanente du sourcing avec des outils adaptés.

Dans le cadre de ce pack, AMI Software propose les éléments suivants :

- ✓ Un lot de 100 jetons permettant via le portail AMI SourceBox
 - ⇒ de choisir des sources ou bouquets proposés parmi les dizaines de milliers de sites d'information. A ce jour, AMI SourceBox propose quotidiennement un flux d'environ un million d'informations nouvelles.
 - ⇒ d'ajouter à la demande des sources qui ne seraient pas dans le portail AMI SourceBox.

Pour plus de précisions sur le fonctionnement du service AMI SourceBox et la définition des jetons associés en tant qu'élément de tarification, le lecteur se reportera à la « Description technique et fonctionnelle d'AMI SourceBox, ref. SPD-AMISB-30 ».

- ✓ La définition et la construction d'un tableau de bord spécifique permettant de « découvrir » des sources nouvelles au fur et à mesure de leur apparition pour trois sujets clés propres à l'activité du client. Il s'agit donc d'un mode « radar » qui permet à un utilisateur de constater l'apparition de nouvelles sources et donc d'en être alerté. Il pourra, le cas échéant, décider de les suivre en les intégrant au sourcing de l'application via le portail AMI SourceBox.

Ce travail sera réalisé par un ingénieur consultant d'AMI Software ; il sera testé et validé par le client et aura valeur d'exemple, facilitant ainsi la duplication à d'autres thématiques. Il représente une charge de travail équivalente à deux jours et fera l'objet d'interactions avec les collaborateurs du client en charge de l'application AMI Enterprise Intelligence.

- ✓ La fourniture du logiciel OMNIPAGE¹, de la société Nuance Communications, Inc., en mode serveur, permettant de réaliser des opérations d'OCR (reconnaissance optique de caractère) et donc de transcrire des documents qui ont été préalablement numérisés. Ces documents sont sous forme imprimée exclusivement. Les données sont intégrées dans le système AMI comme étant un document au même titre que les autres documents électroniques bénéficiant ainsi des mêmes processus de collecte, validation, enrichissement, valorisation et diffusion.

¹ Compte tenu des évolutions possibles de l'offre de ce fournisseur, AMI Software se réserve le droit de sélectionner un produit offrant des fonctions équivalentes. Le choix effectif sera précisé lors de la commande du Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence.

Ainsi, il est possible d'identifier les documents captés de cette façon et d'y associer des droits particuliers. Cette fonctionnalité est essentielle dans le cas de données Presse pour lesquelles les droits de diffusion stricts existent. En particulier, il sera facile à l'administrateur de l'application AMI de s'assurer que seules les personnes autorisées à consulter ces documents pourront effectivement le faire.

Le Pack inclut une journée de spécification des paramètres du logiciel et des composants d'intégration plus une journée de paramétrage.

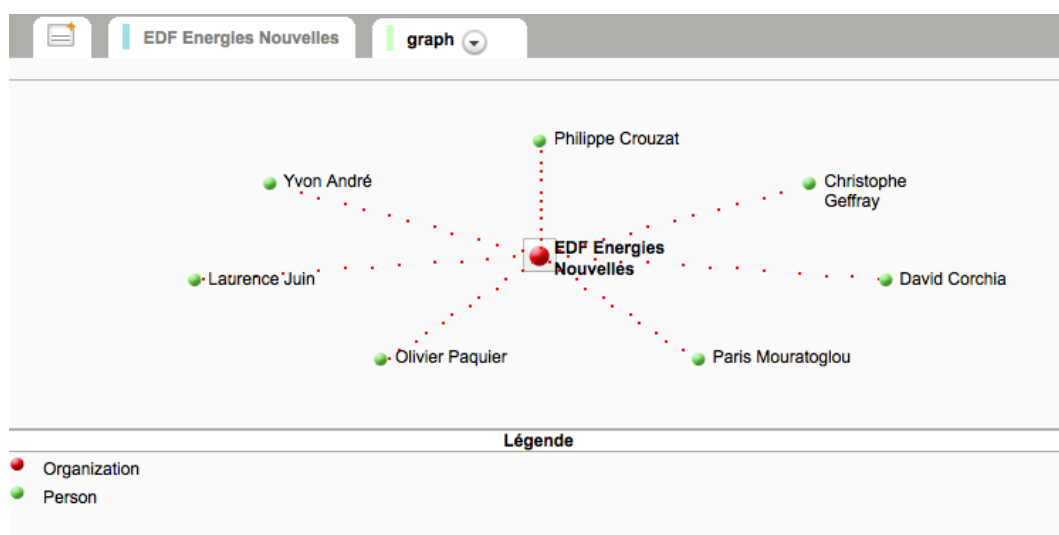
6.3 Analyse et capitalisation des données

6.3.1 Un outil de capitalisation performant

Le développement d'une application d'intelligence stratégique impose la constitution de bases de données de référence où sont mémorisées et enregistrées les informations clés du domaine d'étude. Comprendre l'évolution d'un phénomène, détecter son émergence n'est possible que lorsque l'analyste dispose de données de référence acquises au fil du temps. Les techniques d'analyse employées reposent sur la mise en évidence de corrélations au sein de ces données.

Disposer d'un outil de capitalisation puissant permettant de construire ces bases de données de référence est donc indispensable.

L'option « Gestion et analyse d'ontologies » du logiciel AMI Enterprise Intelligence a été conçue pour répondre précisément à cet objectif. Elle est intégrée avec le Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence sans limitation particulière quant à son utilisation.



Le lecteur se rapportera au document Description technique et fonctionnelle du logiciel AMI Enterprise Intelligence version 6 – ref. SPD-AMIEI-60 pour plus de précisions sur cette option.

Le Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence inclut, outre la fourniture de cette option, une journée de formation dédiée à l'utilisation de ce module.

6.3.2 Des tableaux de bord dédiés à l'analyse concurrentielle

AMI Software a développé un savoir-faire particulier permettant de construire des tableaux de bord MyAMI pour le suivi et l'analyse concurrentielle.

Ces opérations imposent la définition d'indicateurs qui permettent par analyse de leur évolution de suivre les activités de ses concurrents (produits ou sociétés).

Chaque tableau de bord est relatif à un concurrent et est constitué de six widgets MyAMI qui apportent pour chaque concurrent les informations suivantes :

Données issues de sites Presse ou de sites de News:

(Le panel de sources sera défini en commun avec les collaborateurs concernés)

- ✓ Volumétrie quotidienne (ou hebdomadaire) des articles mentionnant ce concurrent.
- ✓ Nuage des principales expressions saillantes et donc caractéristiques des articles publiés.
- ✓ Diagramme de centralité des expressions caractérisant ce concurrent (nom de marque, nom de produit, etc.) et évolution dans le temps selon une échelle à définir en commun.
- ✓ Fil des articles publiés au format « titre, citation caractéristique » conforme à la législation, avec accès éventuel au contenu dans le cas où cette opération est permise.

Données issues des réseaux sociaux et microblogging

- ✓ Fil des « tweets » publiés sur ce concurrent (nom de marque, nom de produit, etc.) et diagramme de volumétrie dans le temps permettant de détecter une éventuelle alerte.
- ✓ Suivi d'un panel de blogs et lieux d'expressions Web 2.0 avec publication sous forme de fil d'actualité des documents publiés.

La définition et la construction du tableau de bord seront faites par un ingénieur d'AMI Software en collaboration avec les administrateurs et utilisateurs de la plateforme. Trois tableaux de bord seront construits correspondant à trois concurrents (produits ou sociétés). La charge de travail est forfaitaire et estimée à deux jours.



La conception générique de ces tableaux de bord en facilitera la duplication. Il sera donc aisé pour les utilisateurs de créer de nouveaux tableaux de bord en s'inspirant des trois premiers.

6.3.3 Un accompagnement pour développer des pratiques d'Intelligence stratégique

Anticiper pour ne pas subir est l'objectif de tout projet de Strategic and Competitive Intelligence. Or ces capacités d'anticipation proviennent essentiellement de la mise en place des processus adaptés autour du logiciel AMI Enterprise Intelligence.

Leur mise en œuvre requiert un savoir-faire particulier pour lequel l'expérience de consultants spécialisés peut être précieuse. En effet, si l'apprentissage des modules concernés d'AMI Enterprise Intelligence fait l'objet des programmes de formation développés à cet effet, leur exploitation dans le contexte particulier d'un client nécessite une réflexion et un accompagnement spécifiques.

AMI Software propose dans le cadre du Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence qu'un consultant spécialisé consacre quatre demi-journées de travail à cet accompagnement, sur les données du client dans son environnement opérationnel.

Cet accompagnement est réservé à des utilisateurs ayant un profil d'analyste et ayant déjà utilisé des outils d'analyse de données. L'objectif est qu'à l'issue de ces deux demi-journées, ces analystes soient capables de mettre en œuvre efficacement les fonctionnalités concernées d'AMI Software.

En particulier, un livrable type correspondant à un rapport d'analyse sera construit en commun lors de cet accompagnement. Il matérialisera les résultats obtenus et sera destiné aux décideurs de l'entreprise ce qui impose une construction adaptée. Ce livrable pourra donc servir d'exemple aux analystes qui pourront le faire évoluer vers d'autres problématiques de l'entreprise.

6.4 Diffusion optimisée des résultats

6.4.1 Diffusion en « temps réel » des résultats de veille

Le développement d'Internet a abouti à l'augmentation considérable de la vitesse de propagation des informations.

En quelques minutes, les scoops font le tour de la planète. Même si vos concurrents n'ont pas la visibilité des hommes politiques ou de chefs d'Etat, il est probable que les informations qu'ils diffusent soient connues du plus grand nombre, à commencer par vos clients, au bout de quelques heures.

Cette remarque prend toute son importance en situation de crise où l'enchaînement des événements se fait à une période inférieure à la journée.

C'est la raison pour laquelle AMI Software propose, dans le cadre du Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence une offre d'accompagnement visant à créer une série de livrables parfaitement adaptés à ces situations.

Cette offre comprenant la création de trois systèmes d'alertes immédiates de type « push mail ». L'organisation du processus sera fait en commun : choix des thèmes, définition des destinataires, niveaux d'informations, etc.



Suivi Loi Nome

Démonstration - AMI Enterprise Intelligence

Edition du 19 - 06 - 2011

Sommaire

Blogs

- La marche forcée de l'électricité vers la concurrence
- L'ENERGIE, LA LOI NOME ET MARCEL BOITEUX
- Plainte contre le Ministre de la Défense : cela n'aura pas été Long(uet)
- Un nouvel ordre européen... L'arnaque c'est pour aujourd'hui !
- de la « loi NOME » et du « décret suspension OA-PV »
- Palmarès energzine.com 2010 : l'Electricité

News

- Stop à la hausse des tarifs d'EDF !
- UFE: mise en concurrence des concessions = danger
- Marché de l'électricité : les trois clefs de la réforme à venir
- Le sénateur Roland Courteau à la rencontre des élus
- Prise illégale d'intérêts : un Mosellan attaque Longuet
- Une plainte pour "prise illégale d'intérêts" déposée aujourd'hui
- Bourse en ligne, actualité des cours et bourse en ligne
- Paix sociale chez EDF : au-delà des lieux

BLOGS

La marche forcée de l'électricité vers la concurrence

02/03/2011 - coeur-a-gauche.over-blog.com

La marche forcée de l'électricité vers la concurrence. L'ouverture à la concurrence des marchés de l'énergie a été initiée depuis le début des années 90 en Europe par la Commission européenne (2007 en France pour l'ensemble des consommateurs, 2004 pour les professionnels), avec pour objectif premier de faire baisser les prix pour le consommateur. Comme le 10 août 2003 : en pleine canicule, le prix du mégawatt-heure avait franchi le seuil des 1 000 euros à la Bourse européenne de l'électricité Power Next, contre 30 euros en moyenne en période normale.

L'ENERGIE, LA LOI NOME ET MARCEL BOITEUX

07/03/2011 - ulcgyon36.org



Elle s'inscrit dans le cadre de la privatisation de l'Energie en France. Puis ouverture du capital d'EDF au privé malgré les promesses solennelles du Président de la République (« EDF ne sera pas privatisée, c'est clair, c'est net ! Manque de chance le privé constate qu'il ne peut pas tirer des prix aussi bas que l'opérateur historique. La CGT a tâché d'alerter l'opinion publique au travers d'un journal de 4 pages dont plusieurs milliers d'exemplaires étaient par exemple à la disposition des syndicats d'entreprise à l'UL CGT Lyon 3^e/6^e ».

Cette offre est forfaitaire et correspond à une charge de travail équivalente à deux journées qui seront réalisées par les consultants d'AMI Software.

Son caractère générique en facilitera la duplication. Il sera donc aisé pour les utilisateurs de créer de nouvelles alertes en s'inspirant des trois premiers.

6.4.2 Suivi rigoureux des documents consultés

Une application de veille concurrentielle s'intéresse en tout premier lieu à la presse en tant que canal de diffusion. Intérêt marqué non pas pour la détection d'informations (qui est plus liée aux sources primaires) mais en tant que vecteur plus ou moins important de ces informations.

Mesurer l'impact des retombées Presse n'est pas simplement une problématique de communication mais est bien au cœur d'une application de veille concurrentielle.

C'est la raison pour laquelle dans le cadre du Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence, AMI Software propose la construction de tableaux de bord et d'indicateurs dédiés (voir la section « Des tableaux de bord dédiés à l'analyse concurrentielle »).

Or, la diffusion et la consultation des données Presse sont soumises, dans la majeure partie des cas, à l'acquiescement de droits à verser auprès des éditeurs.

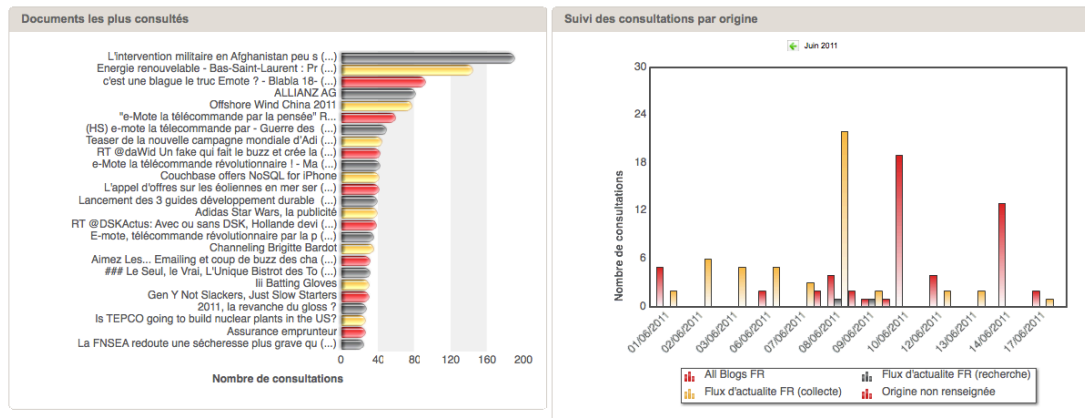
Il est de la responsabilité de l'entreprise exploitant ces données de s'assurer qu'elle le fait dans un cadre légal. Le lecteur se rapportera au chapitre « Conformité à la législation » pour plus de précisions.

Pour aider ses clients à respecter cette obligation, AMI Software a créé de très nombreux points de contrôle et de mesure permettant d'assurer un suivi précis de ces données.

Dans le cadre du Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence, AMI Software propose la construction d'un tableau de bord dédié à l'Administrateur du logiciel AMI Enterprise Intelligence.

Ce tableau de bord lui permettra de consulter le niveau de consultation des documents soumis au paiement d'une redevance. Ainsi, il pourra s'assurer que ce niveau est compatible avec ces propres abonnements.

La définition et la construction de ce tableau de bord seront réalisées par un consultant AMI Software.



Ce travail s'accompagnera d'une phase de conseil afin de montrer comment déclarer et gérer les sources devant faire l'objet d'un suivi particulier. La charge de travail associée à cette offre est forfaitaire et évaluée à environ deux journées.

De plus, il peut être opportun de souscrire un contrat auprès d'agrégateurs comme par exemple Factiva, Europresse, Pressed, Lexis Nexis, etc. Dans le cadre de ce Pack, AMI Software peut conseiller ses clients à ce sujet et leur faire bénéficier de son savoir-faire en la matière.

6.5 En résumé

Le pack AMI Strategic and Competitive Intelligence vous permettra de bénéficier :

- ✓ De 100 jetons AMI SourceBox,
- ✓ D'une licence du logiciel OMNIPAGE serveur (ou équivalent) d'OCRisation, des modules d'intégration avec le logiciel AMI Enterprise Intelligence et du paramétrage de l'ensemble pour s'assurer de son bon fonctionnement.
- ✓ De l'option « Gestion et analyse des ontologies » sans limite d'utilisation
- ✓ De 13 journées d'ingénieurs et de consultants AMI Software pour paramétrer votre logiciel AMI Enterprise Intelligence à vos besoins exacts, notamment les différents tableaux de bord My AMI qui sont proposés, et vous accompagner jusqu'à la réussite de votre projet de Strategic and Competitive Intelligence.

7 Pourquoi acquérir le Pack « AMI Strategic and Competitive Intelligence » ?

Ce pack a été conçu pour vous faire gagner du temps !

Du temps dans la mise en route de votre application en créant avec l'aide des meilleurs spécialistes un sourcing et des livrables adaptés. Ainsi, les décideurs et destinataires des informations clés produites par l'application AMI pourront très rapidement en mesurer le bénéfice. Ce point est majeur car bien souvent des projets informatiques n'aboutissent pas à cause d'une conduite du changement inadéquate amenant à des temps d'adoption bien trop longs pour que l'application soit crédible.

AMI Enterprise Intelligence introduit de très nouveaux concepts qui viennent compléter ceux issus de la Business Intelligence.

Mettre en évidence des corrélations sur des bases de données structurées n'est pas une idée nouvelle. Le faire à partir d'un flux d'informations non structurées, provenant de sources peu ou pas contrôlées, impose des méthodes de travail nouvelles que l'analyste devra maîtriser pour pouvoir bénéficier de la puissance du logiciel AMI Enterprise Intelligence, et de son module AMI Analyse.

En créant les premières ontologies et les indicateurs adaptés, en vous montrant les bonnes méthodes d'analyse, les consultants d'AMI Software vous accompagneront dans cette nouvelle démarche en vous évitant les écueils inhérents à tout nouvel apprentissage.

Ce pack a été conçu pour vous faire gagner de la performance !

Les gains de temps sont facilement évaluables en comparant les opérations faites automatiquement avec que vous feriez manuellement, notamment les opérations de collecte et d'organisation de l'information. C'est une première optimisation.

Mais calculer le retour sur investissement d'une application de Strategic and Competitive Intelligence ne se limite pas à de simples gains de productivité. Chacun sait qu'une information clé au bon moment à la bonne personne vaut de l'or et en tout état de cause peut modifier la stratégie d'une entreprise et accroître de manière très significative sa performance.

Le pack AMI Strategic and Competitive Intelligence vous permet d'offrir rapidement et efficacement aux décideurs de votre entreprise ou de votre organisation les bons indicateurs qui leur permettront d'anticiper les évolutions de leur environnement. L'enjeu de votre application se trouve d'emblée positionné au bon niveau !

Ce pack a été conçu pour faire gagner de l'argent !

Chacun des composants du Pack Strategic and Competitive Intelligence peut être acquis séparément, sur devis auprès de services commerciaux d'AMI Software.

Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence

En acquérant le Pack AMI Strategic and Competitive Intelligence vous bénéficiez d'un prix extrêmement étudié pour l'ensemble de ces prestations et composants logiciels. Une économie substantielle pour plus de performances.

8 Conformité à la législation

8.1 Aspects légaux sur l'utilisation des sources

L'utilisation des sources documentaires, en particulier des contenus présents sur l'Internet, est régie par les articles L.111 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. En particulier :

- ✓ aux termes de l'article L.112-1, les œuvres sont en principe protégées par le droit d'auteur, quelle que soit leur destination.
- ✓ aux termes de l'article L.122-5 (alinéas 2 et 3), seules sont autorisées les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration.
- ✓ aux termes de l'article L.122-4, toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite.

Il est ainsi de la responsabilité des utilisateurs des logiciels AMI Software de s'assurer qu'ils sont en conformité avec la législation, et en particulier de s'assurer qu'ils respectent les règles de diffusion imposées par les ayants droit ou ayants cause sur ces sources.

8.2 Déclaration à la C.N.I.L.

L'utilisation des outils d'analyse du logiciel AMI Opinion Tracker peut permettre la constitution de fichiers contenant des données nominatives. Une déclaration à la C.N.I.L. peut être nécessaire tout en prenant en compte le caractère publique des données collectées sur les personnes et le fait que celles-ci n'ont pas été sollicitées pour fournir ces informations (usage secondaire vis à vis d'une source primaire).

Il est ainsi de la responsabilité des utilisateurs des logiciels AMI Software de s'assurer qu'ils sont en conformité avec la législation en fonction de l'utilisation effective qu'ils souhaitent faire de ces outils.

