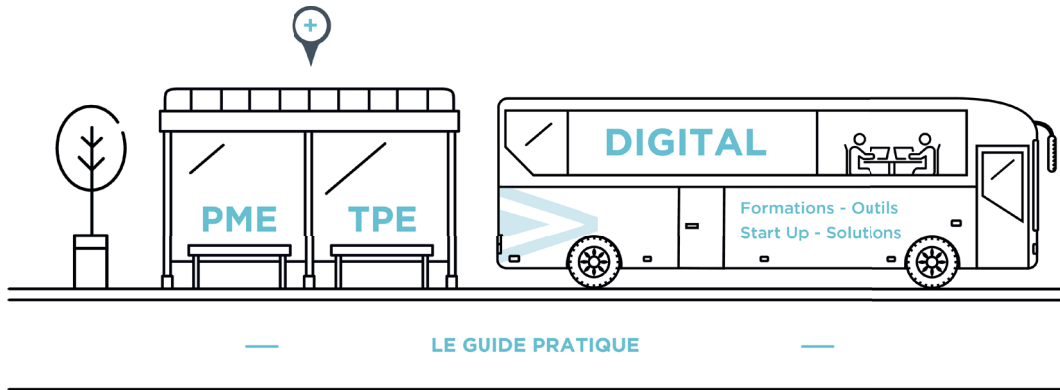




ADOPTER LE DIGITAL

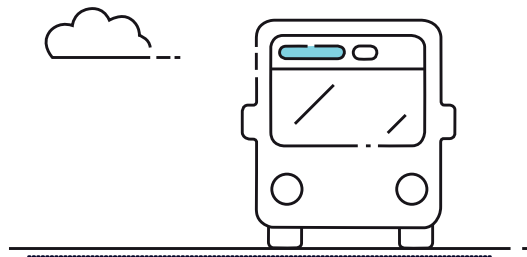


Bienvenue

TPE/PME :

**Pourquoi faire les premiers pas
vers la transformation digitale
dans son entreprise ?**

RENFORCER SON BUSINESS ET LA CROISSANCE DE SON ENTREPRISE !



1
L'IDÉE

2 | LA FORMA-
TION

3 | LES
THÈMES

4 | LES DESTINA-
TIONS

5 | LES ÉVÈNEMENTS
#ALD

6 | QUI SUIS-JE
?

7 | CONTACT



L'EDITO

La transformation digitale est essentielle pour permettre aux TPE et PME qui représentent à elles seules, 99%¹ des entreprises françaises, de **se développer sereinement et ainsi pérenniser leur activité.** Aujourd'hui, on

oppose encore trop souvent le mode de fonctionnement d'une Start-up, agile et jeune, au mode de fonctionnement des entreprises traditionnelles que l'on croit vieilles et peu attirantes. Pourtant, la capacité d'adaptation et d'agilité des TPE/PME ainsi que celle d'attirer de nouveaux talents sont bien réelles. Faire avancer ensemble l'économie traditionnelle et la nouvelle économie est possible ! Comment ? En s'appuyant notamment sur des outils, des services, imaginés et créés par des Startups, qui vont aider à digitaliser les différents services d'une entreprise traditionnelle,

¹ «Union européenne : données 2016 sur les PME», article publié par l'Institut Supérieur des Métiers.

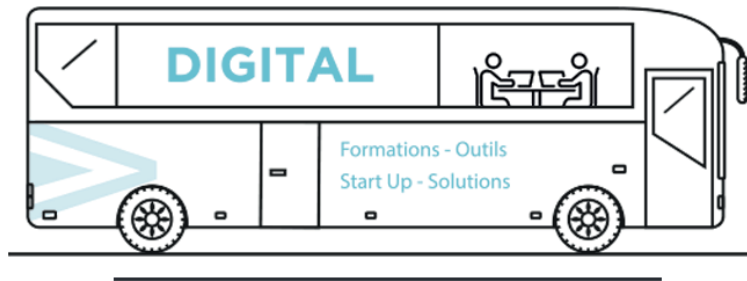
dans un but unique : gagner du temps donc de l'argent !

La mission que nous nous sommes donnés avec Adopte le Digital est de s'adresser avec pédagogie et objectivité à ses dirigeants de TPE/PME partout en France. Avec le soutien de nos partenaires publics et privés, nous offrons aujourd'hui la possibilité aux TPE/PME situées en région, de mieux **comprendre les enjeux de la transformation digitale** de leur secteur, **d'identifier les besoins de chacun** en fonction de son propre business et de pouvoir être accompagné si besoin, pour

mettre en place **les premières démarches du changement dans leur entreprise.**

Comment ? Grâce à ce petit guide qui répond aux premières questions que se posent les dirigeants ou décideurs de ces entreprises traditionnelles et **un module d'informations mobile, un bus qui parcourt la France, au contact des entrepreneurs dans leur région.** Une formation « première pierre » gratuite pour dédramatiser ce monde parfois insondable, initier à la notion de transformation numérique et déclencher des pistes d'activation.

Lalée Pinoncély
Fondatrice d'Adopte le Digital



1 | La transformation digitale, c'est quoi?

La transformation digitale ou numérique, est la façon dont une entreprise va utiliser les outils digitaux mis à sa disposition pour s'adapter et rester performante. Souvent perçue comme complexe, elle véhicule encore de nombreuses idées reçues. Adopte le Digital éclaircit et simplifie le sujet, pour mieux comprendre le terme et ses bénéfices, et ainsi mieux l'adopter !

1 | La transformation digitale, c'est une mode et cela ne concerne pas mon secteur !

FAUX

La transformation digitale est loin d'être une mode. Aujourd'hui **la technologie est partout or la transformation numérique d'une entreprise** n'est pas un projet technologique ou informatique, c'est une adaptation obligatoire au monde de l'offre qui prédomine : la révolution digitale a replacé le client au centre, notamment grâce aux réseaux sociaux. **Le consommateur, ainsi surinformé, est devenu très**

exigeant, expert des produits qu'il achète et prend facilement position dans les débats. Que ce soit en BtoC ou en BtoB, il est de plus en plus défiant vis-à-vis des marques qu'ils consomment ou de ses fournisseurs. Même le rapport avec les politiques a changé, l'internaute, a aujourd'hui des attentes très forte vis-à-vis des entreprises et des pouvoirs publics.

Pour s'adapter à ces « consom'acteurs », **l'entreprise doit opérer un changement**

majeur : mettre la culture du client au centre de tous les services de l'entreprise. La transformation numérique permet de répondre à ce nouvel enjeu de société, en **s'appuyant sur de nouveaux outils** digitaux mis à sa disposition pour :

- **Remettre le client au centre** et ainsi mieux le fidéliser : il faut être à l'écoute de ses attentes et y répondre avec transparence. Le remettre au centre permet également de devancer ses besoins et faire évoluer son « produit », jusqu'à trouver de nouveaux marchés ;

- **Mieux associer les collaborateurs et partenaires** : pour trouver des solutions

toujours plus innovantes (autonomie, créativité,) face à la concurrence ;

- **Développer une organisation plus agile** et plus responsable (outils modernes) : pour attirer les talents, et mieux collaborer tous ensemble.

- **Dématérialiser les relations client BtoB et fournisseur** : la relation client prend une nouvelle dimension. La contractualisation en ligne entre un client et un fournisseur permet d'augmenter le taux de transformation grâce à la simultanéité entre la vente et la signature, d'optimiser les coûts de gestion des dossiers, d'échanger plus facilement entre client et fournisseur.

2 | La transformation digitale ne s'adresse qu'aux très grandes entreprises !

FAUX

Quand on parle de transformation digitale, on pense souvent aux grands groupes qui ont plus de moyens humains et financiers. Et on se dit qu'une Start-up est par définition née digitale. Alors où se situent ces plus de 99% d'entreprises traditionnelles ?

En réalité, du petit commerce à l'industrie de pointe, la **transformation digitale touche**

tout le monde ! Un boulanger peut se lancer dans l'aventure pour offrir un service de livraison, ou encore simplement développer sa notoriété. La bonne nouvelle, c'est que quel que soit le domaine d'activité et la taille de l'entreprise, la transformation digitale peut **s'opérer simplement** : nouveaux logiciels, serveurs dématérialisés, site Internet, réseaux sociaux... **l'évolution de notre société et de nos modes de vie influent directement sur le monde de l'entreprise.**



Le saviez-vous ?

87%* des patrons de PME ne font pas une priorité de la transformation digitale de leur entreprise. La première réticence citée par 34% des dirigeants est la complexité !

*Deloitte. 2017. Economie numérique : le digital, une opportunité pour les PME françaises

3 | La digitalisation, pour moi, c'est l'intelligence artificielle, les objets connectés, la blockchain... rien à voir avec mon industrie et mon quotidien !

FAUX

Digitaliser son usine, **ce n'est pas remplacer ses salariés par des robots**, c'est au contraire utiliser, encore une fois, les outils digitaux pour permettre une montée en puissance des collaborateurs et/ou leur éviter les tâches répétitives. C'est la **mise en place de connexions entre les outils de production, les différents sites de l'usine et les collaborateurs** pour que

tous aient la même information au bon moment. Les industriels ne doivent plus avoir peur des données qui circulent dans leurs « nouveaux systèmes » mais bien **acquérir des compétences en termes de cybersécurité**. Il faut mixer le traditionnel et les solutions actuelles, nouvelles et encore une fois ne pas tout changer en même temps. L'usine de demain doit être attractive, c'est une opportunité pour recruter des jeunes et les attirer vers des métiers plus modernes.



Le saviez-vous ?

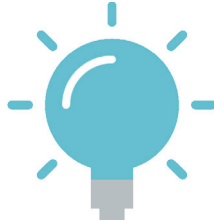
La quatrième révolution industrielle sera la création de l'usine 4.0 : c'est une réorganisation complète du mode de production qui va s'organiser. Mais en attendant vous pouvez faire appel à des experts qui vous accompagneront dans la mise en œuvre de plan de modernisation de vos sites.

4 | L'entreprise doit s'adapter aux nouveaux enjeux digitaux pour continuer à se développer.

VRAI

Selon une étude, **47%*** des patrons de PME pensent que l'impact de la transformation digitale sur leur activité n'est pas majeur... Pourtant, **1 entreprise sur 5** fermera ses **portes*** dans les 3 ans si elle n'opère pas sa transformation numérique ! Pourquoi ? Parce que le digital permet (en partie !) de développer son business et ainsi d'assurer la pérennité de son activité. Si les entreprises matures ne prennent pas le virage à temps, elle laisse ainsi leur place à de plus jeunes organisations, plus digitalisées et donc plus armées pour répondre aux nouveaux enjeux des clients et de la société.

**BPI. 2017. Histoire d'incompréhension : les dirigeants de PME et ETI face au digital / France Num*



Le saviez-vous ?

Kodak, fleuron de la photographie, n'ayant pas pris le virage digital par manque de chance ou défaut de vision a fini par disparaître. C'est pourtant Kodak qui met au point dans ses laboratoires en 1975 la photographie numérique... à méditer.

5 | La transformation digitale, c'est surtout la mise en place d'un site internet !

FAUX

La transformation digitale ce n'est pas uniquement la création d'un joli site internet. Elle **s'opère dans tous les services d'une entreprise**, pour apporter un nouveau souffle et répondre aux nouveaux enjeux à la fois des clients, de la société et des collaborateurs. De la **comptabilité** (logiciels de

calculs plus performants), en passant par **les RH** (nouveaux outils de recrutement et de fidélisation), **la communication** (communication interne ou gestion de l'image de l'entreprise) ou encore **la vente** (e-commerce, gestion de relation client, contractualisation en ligne ...).



Le saviez-vous ?

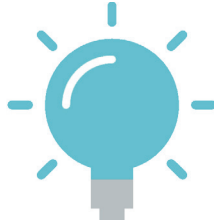
Côté RH, il existe des Startups comme TROOPS. pro, qui permettent de trouver des candidats et de contractualiser directement en ligne (interim, CDD, CDI, free-lance...). Toutes les démarches administratives associées sont automatisées : vous n'avez plus rien à gérer ! Par ailleurs, le salarié a accès à son profil pour la gestion de son temps, de ses congés, de ses contrats, de ses fiches de paies ... Toute la gestion sociale de manière simple et intuitive sur une seule application !

6 | La transformation digitale peut m'aider à développer de nouveaux marchés.

FAUX

L'arrivée du digital dans l'entreprise promet **un grand nombre de bénéfices**. Plus concrètement, elle permet notamment de **booster son activité** en améliorant sa connaissance client et ainsi **mieux déterminer ses besoins** grâce à une meilleure collecte et interprétation des données

des clients. Une meilleure connaissance client peut devenir un pilier de la transformation numérique d'une entreprise. Ainsi, en ayant une **vision plus concrète de la demande sur le marché**, l'entreprise s'offre l'opportunité d'aller **développer de nouveaux produits ou services**.



Le saviez-vous ?

Les réseaux sociaux sont de formidables outils pour écouter les clients et repérer les tendances. Les consom'acteurs n'hésitent pas à donner leurs avis et faire des retours d'expérience très intéressants pour l'entreprise et son secteur, qui peut ainsi faire évoluer son produit, sans réaliser d'enquêtes complexes et coûteuses. En BtoBtoC le client final s'exprime sur les réseaux sociaux, écoutez-le !

7 | Il faut impérativement créer un service digital pour opérer la transformation de son entreprise.

FAUX

Il n'est pas toujours utile de mettre en place un service dédié au digital. Parfois, il suffit simplement de **bien s'entourer avec des partenaires de confiance** (cabinet de conseil, agence de communication, consultant, start-up...) et/ou tout simplement offrir la

possibilité à **ses collaborateurs d'être formés à tous les niveaux de l'entreprise**, pour intégrer les nouveaux enjeux du digital dans leur métier.

D'ailleurs, avec l'avènement d'Internet, tous sont déjà familiarisés à l'ère digitale.



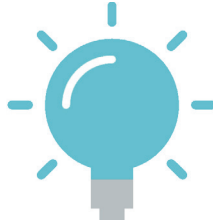
Le saviez-vous ?

Pour vous aider à choisir vos partenaires, l'état a mis en place une plateforme, **www.francenum.gouv.fr**, qui permet ainsi aux TPE et PME de tout secteur, de faire un diagnostic en quelques clics des besoins de l'entreprise et de trouver gratuitement les coordonnées des « activateurs » de confiance dans leur région, pour les accompagner dans leur transformation numérique.

8 | La transformation digitale va remplacer entièrement nos anciennes méthodes de travail !

FAUX

Les méthodes de travail font parties du **patrimoine et de la culture de l'entreprise**. La transformation digitale **ne vise pas à changer en profondeur les méthodes de travail** mais simplement d'en **améliorer l'efficacité pour répondre aux besoins des clients et prospects**. Elle apporte également des outils plus performants pour faciliter la vie des collaborateurs et leur permettre de gagner du temps.



Le saviez-vous ?

« L'entrepreneur doit être prêt à déléguer : Il a tout intérêt à engager chacun de ses collaborateurs dans un cycle d'apprentissage continu, pour accroître leur compétence et permettre à l'entreprise d'apporter continuellement une valeur ajoutée supplémentaire à sa clientèle. Il peut également faire entrer de nouveaux profils pour qu'ils apportent leurs différences et leur compréhension diverse des problématiques des clients »

Gaëtan de Sainte Marie, président fondateur de PME Centrale / QANTIS

9 | La transformation digitale, ça coûte cher !

FAUX

Il ne s'agit pas de tout changer en une seule fois ! **La transformation digitale s'opère étape par étape.** Ainsi, un budget peut être alloué chaque année en fonction des priorités de l'entreprise. D'ailleurs, un certain nombre de changements ne sont pas payants, ils peuvent relever de l'organisation de l'entreprise, la communication interne, ou encore l'utilisation de réseaux sociaux gratuits. De nombreuses Startups proposent également des solutions pour digitaliser les différents services d'une entreprise tout à fait accessible au budget d'une TPE/PME.



Le saviez-vous ?

Facebook est le réseau social le plus puissant, le plus ciblé et le plus accessible aux TPE/PME. Créer et animer une page Facebook ne coûte que du temps. C'est un formidable créateur de notoriété quel que soit le secteur d'activité : en BtoB le partage, les échanges se font entre pages d'entreprise. En outre, LinkedIn est le leader incontesté des réseaux sociaux professionnels. Il permet aux chefs d'entreprise d'échanger entre eux mais également de positionner leur entreprise plus fortement dans leur domaine d'expertise et ainsi d'attirer de potentiels talents.

10 | Le digital ne peut pas remplacer la force de vente !

VRAI

Le digital ne remplacera pas les commerciaux mais il peut les **aider à faire évoluer leur métier**. Quand on sait que les acheteurs BtoB sont de plus en nombreux à utiliser des **plateformes pour réaliser leurs commandes**, l'utilisation de leurs données peut aujourd'hui permettre de mieux cibler les besoins sur le terrain. Paradoxalement, encore **61%* des entreprises n'exploitent pas /peu les données liées à la vente** et à la relation client. La transformation digitale dans ce domaine promet encore de nombreuses marges de développement.

**BPI.*



Le saviez-vous ?

Un Logiciel de gestion de la relation client est appelé CRM. Il vous accompagne tout au long du processus commercial : prospection, relance téléphonique, acquisition de nouveaux clients, leur suivi puis leur fidélisation. Leurs fonctionnalités varient et peuvent être spécifiques à un secteur, selon vos besoins. Il est indispensable de bien trier vos données pour les utiliser à bon escient.

10 | *bis* Les datas, le big data, cela ne concerne que les GAFAs et les grands groupes !

VRAI

Contrairement aux idées reçues, **toute entreprise a déjà en sa possession des données récupérées sur le terrain ou sur un site internet.** Des mails, des numéros de téléphone, des adresses, etc. Toutes ces données sont vos Datas. Elles vont **vous permettre de mieux adresser vos clients et prospects**, de manière à leur proposer le bon produit ou service au bon

moment. Vous devez répertorier la nature de ces données, leur utilité pour votre activité, la manière dont vous les sécurisez et informer les personnes dont vous avez les coordonnées. En effet le **RGPD est un règlement relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données** à caractère personnel et à la libre circulation de ces données. Ainsi, toutes les entreprises doivent être en conformité avec la loi pour utiliser les données de ses clients avec leur consentement.

L'arrivée du RGPD est une formidable occasion de ne garder que les bonnes données. Si ces personnes ne souhaitent plus être répertoriées, c'est finalement un mal pour un bien, vous aurez seulement en votre possession les données des personnes qui s'intéressent à votre entreprise.



Le saviez-vous ?

Comment être en conformité avec le RGPD ?

« Établissez un registre des données, c'est à dire un fichier avec une fiche par activité pour laquelle vous collectez des données. Assurez-vous que vous ne collectez pas des données inutiles pour votre activité. Chaque fois que vous demandez une donnée, le support doit comporter des mentions d'informations. Soyez vigilant sur la sécurité de vos données. A chaque récolte de données personnelles, vous devez obtenir le consentement de la personne concernée. » *Nicolas Bard, Fondateur de STRAT&SI.*



2 | Comment mettre en place la transformation digitale dans son entreprise ?

Adopte le Digital vous propose **4 étapes** clés pour déterminer ses besoins, ses objectifs, opter pour une stratégie, estimer son budget et mettre en place le changement...

1 Je détermine les objectifs business ou besoins de mon entreprise.

Il faut tout d'abord se demander en quoi la transformation digitale peut-elle changer ou aider mon entreprise. Besoin de développer une nouvelle clientèle ? Fidéliser les clients actuels face à une nouvelle concurrence ? Se positionner sur un nouveau marché ? Recruter des talents et fédérer ses collaborateurs ? Les problématiques peuvent

être très diverses, mais **chacune peut être solutionner par des outils digitaux.** Si besoin d'aide dans cette 1ère étape, l'entreprise peut faire appel à des consultants en stratégie d'entreprise, qui lui permettront de bien prioriser les objectifs pour l'année à venir mais aussi de bien définir les solutions à mettre en place pour avancer.



Le saviez-vous ?

« Il existe un diagnostic de maturité digitale basé sur une dizaine de critères d'analyse de l'entreprise pour permettre au chef d'entreprise d'évaluer sa situation, lui permettre de hiérarchiser les priorités et d'initier un plan d'actions pragmatique et efficient : outils de communication, actions commerciales, process de production, management des équipes et RH, mesure de la performance, évaluation des coûts, équipement informatique... Un moyen simple, efficace et très parlant pour le chef d'entreprise d'identifier les forces et faiblesses de sa structure. » *Géraud Escalier, dirigeant du Cabinet Prewium*

2 Je définis les solutions à mettre en place pour répondre à mes besoins.

Les bonnes questions à se poser : suis-je en capacité de mettre en place la stratégie nécessaire pour répondre à mes objectifs ? Quels outils mis à ma disposition vais-je pouvoir utiliser pour travailler de façon plus productive et performante ? Mes collaborateurs sont-ils en mesure de répondre aux besoins des clients et de l'entreprise ?

A cette étape, il s'agit de savoir si **l'entreprise dispose ou non des outils numériques et des bons profils de collaborateurs pour accompagner la stratégie définit.**

Le cas échéant, il s'agira de **former et sensibiliser l'ensemble des collaborateurs au digital**, peut-être recruter si nécessaire et/ou sélectionner **des partenaires clés** qui accompagneront le changement dans l'entreprise. La plateforme de #FranceNum² (francenum.gouv.fr) permet de trouver en quelques clics les bons interlocuteurs.

² Cf page 25

3

Je formalise un budget et un planning pour la mise en place de la solution.

Une fois la feuille de route établit et le point réalisé sur les ressources nécessaires à la mise en place de la stratégie, il est temps **de définir le budget que l'entreprise pourra investir pour cette transformation.**

Là encore, l'entreprise pourra s'appuyer sur des partenaires pour l'aider à **définir un budget et un planning raisonnable pour atteindre les objectifs fixés.**

Il ne faut pas avoir peur de se lancer, étape par étape. Tester, améliorer, rebondir. On appelle cela dans le jargon du digital le : Test and Learn. **Une TPE/PME est suffisamment agile** pour se permettre d'avancer à son rythme et trouver la solution la plus adéquate, même si elle ne la trouve pas du premier coup !

4

J'évalue en permanence et je reste flexible.

Quand vous aurez identifié le premier service de l'entreprise (ne pas chercher à tout changer en même temps, allez-y pas à pas) qui accueillera le nouvel outil, et que vos collaborateurs auront été formés à cet outil, il faudra faire une évaluation permanente pour l'améliorer si besoin. Intégrer un nouvel outil digital au sein de votre organisation c'est bien, l'évaluer et surtout accompagner vos collaborateurs pour favoriser son appropriation c'est mieux !

En effet, qu'il s'agisse d'un intranet collaboratif, d'un outil métier, d'un logiciel de gestion de production etc... les freins à la nouveauté sont souvent une réalité au sein des équipes. Il faut donc prévoir et organiser le coaching de vos collaborateurs pour lever ces freins, écouter leurs besoins et en profiter pour faire évoluer l'outil, bref avoir une réelle démarche centrée utilisateur (UX « User Expérience »).

Faites-vous accompagner par un Consultant spécialisé en conduite du changement, il vous permettra de maximiser l'efficacité de votre outil et l'implication de vos collaborateurs

Delphine Asseraf

Directrice mobilité et directrice du digital



Quelle est la première question à se poser avant de se transformer ?

Avant de transformer il faut se poser la question de la promesse que l'on veut tenir à ses clients : c'est en fonction de cette promesse que les décisions doivent être prises sur les processus internes, les modèles de vente, la posture marketing et surtout les engagements auprès de collaborateurs.

Comment réussir les étapes premières sans difficulté ?

Il n'y a pas de transformation profonde sans collectif. Pour réussir la transformation, il faut promouvoir partout dans l'entreprise que l'innovation est l'affaire de toutes et tous, et surtout, qu'elle se nourrit de l'intelligence collective.

Est-ce à la portée de toutes les entreprises ?

La transformation digitale est à la portée de toutes les entreprises et les TPE/TPI peuvent avoir un avantage certain : non seulement grâce à la vitesse des décisions qu'elles peuvent prendre pour s'adapter avec des chaînes de décision rapide mais aussi grâce à la proximité avec leurs clients qui leur permet d'appréhender avec justesse la nature des changements qui s'opèrent en ce moment dans la société.



3 | La digitalisation dans l'entreprise : des solutions et un accompagnement pour répondre à chaque besoin !

Il existe une dizaine de domaines que l'on peut digitaliser au sein de l'entreprise... mieux comprendre les solutions proposées dans chaque expertise est un enjeu majeur pour bien définir et opérer sa transformation digitale.

1 | Quelques exemples de services d'entreprise transformés par des Startups !

Service « finance » :

- *Problème fréquent* : Vous ne savez pas à qui vous adresser pour trouver le bon financement ?

- › **présentation de FINKEY** : Trouver des solutions de financements les plus adaptées.

- *Problème fréquent* : Comment estimer son besoin de financement ? Comment identifier ses ressources internes d'optimisation ? Quelle solution de financement sélectionner ?

- › **présentation de CashLab** : Lien direct entre les informations bancaires / comptables et un panel de solutions de financement, la solution en ligne permet d'optimiser la trésorerie et la structure de financement.

Service « communication » :

- *Problèmes fréquents* : La communication interne repose sur l'humain, or l'information ne circule pas entre les services.
 - › **présentation de COCOOM** : Le média interne qui fait circuler l'information dans l'entreprise.

Service « comptabilité » :

- *Problème fréquent* : Des process de paiements et de facturation lourds et chronophages ? Déjà 10% des ressources d'entreprise sont sous statut non-salarié. Comment optimiser cette gestion ?
 - › **présentation de ADDWORKING** : C'est une plateforme SaaS, de gestion de ressources non-salariées qui les agrège et donc fait le lien entre toutes ces ressources et l'entreprise . Une seule facture !

Service « comptabilité » :

- *Problème fréquent* : Vous souhaitez passer au Zéro papier, dématérialiser vos services comptabilité et vous ne savez pas par où commencer ?

- › **présentation d'ESKER** : Propose des solutions de dématérialisation des factures fournisseurs, pour une gestion de trésorerie plus simple et plus efficace, gagner du temps et passer petit à petit au 0 papier !

Service « RH » et recrutement :

- *Problèmes fréquents* : Ne pas savoir comment faire un contrat de travail correct, ni même quel type de contrat de travail faire (intérim, free-lance, CDD...) ou vers quelle agence/site d'emploi se tourner pour trouver le bon profil ?

- › **présentation de TROOPS** : La digitalisation peut apparaître abstraite et complexe. ALD permet de démystifier cette nouvelle forme que prend l'économie. Troops simplifie également les

démarches administratives du contrat de travail par la digitalisation. Troops se retrouve donc pleinement dans l'approche qu'a ALD auprès de nos pépites françaises : les PME !

- *Problème fréquent* : La saisonnalité de votre activité nécessite un renforcement de personnel.

- › **présentation de Job Station work** : Ils offrent aux candidats une visibilité unique auprès des spécialistes de l'emploi hébergés, ainsi qu'un accès direct à de nombreux outils gratuits, accessibles sur place ou directement de chez eux via leur espace candidat sur «**www.jobstation.work**».

Service « achat, vente, distribution » :

- *Problèmes fréquents* : Votre commercial ne sait pas si le document qu'il a envoyé a été reçu, lu ? Perte de temps en relances, parfois inutiles et démotivation.

- › **présentation de Tilkee** : C'est un logiciel qui installe des Trackers invisibles et légaux dans les pièces jointes.

Service « achat, vente, distribution » :

- *Problème fréquent* : Le prospect/client a souvent besoin d'un contact humain pour finaliser une vente. La meilleure façon d'y arriver est d'utiliser l'appel mais le numéro de téléphone n'est pas digital (le client sort du site web) et surtout il ne permet pas de maîtriser les flux d'appels (n'importe qui appelle n'importe quand).

- › **présentation de SnapCall** : Avec le bouton digital SnapCall, maîtrisez votre flux d'appel SAV tout en augmentant vos appels destinés à la vente.

- *Problème fréquent* : Une défaillance dans le processus d'achat peut affecter la chaîne logistique et nuire au service clients.

- › **présentation d'ESKER** : Sa solution de dématérialisation des commandes clients permet au service des ventes de traiter et de suivre électroniquement chaque commande ou litige client.

Service « relation client, CRM » :

- *Problème fréquent* : Vous récoltez des données sur vos clients/fournisseurs mais ne savez pas comment les stocker ni les utiliser. Chaque secteur d'activité est confronté à ses propres spécificités métier.

› **présentation de INES** : C'est un logiciel dédié aux entreprises B2B. INES permet aux PME de centraliser toutes leurs données clients (infos, emails, notes, RDV ...) dans un seul outil pour obtenir une vision 360° de leurs clients et activité. INES propose un accompagnement sur mesure pour simplifier et améliorer la gestion de votre relation client, fournisseur, partenaire, dans une solution simple, collaborative et évolutive. Leur but est de répondre aux problématiques de gestion de la relation client propre à chaque métier en créant des offres sectorielles.

Service « informatique » :

- *Problème fréquent* : Quand vous devez signer un document, il faut l'imprimer, le renvoyer, le stocker voire même se déplacer.
 - › **présentation de Closd** : L'interface de signature électronique de Closd permet une utilisation vraiment simple, en réunion physique comme à distance. Fini les pages de signature volantes ou scannées. Un premier pas vers le 0 papier !

Service «production » :

- *Problème fréquent* : La maintenance prédictive de vos machines industrielles. Une panne peut causer une perte significative dans le chiffre d'affaires.
 - › **présentation de Asystem** : Propose l'installation sur les machines, de balises sans fil et autonomes, qui collectent des mesures (vibrations, sons, température ...) dans le but de suivre leur fonctionnement et de prédire les futures anomalies ou pannes.

Service « environnement » :

- *Problème fréquent* : Gérer une flotte de véhicule est complexe, chronophage et coûteux
 - › **présentation de AVICEN** : Exploiter les données des véhicules connectés pour en réduire les coûts d'exploitation augmenter la performance terrain.

Bon à savoir !

Que sera l'usine du futur, 4.0 ?

La transformation numérique de l'usine passera par la digitalisation de tous les process, de la réception des commandes, au service après-vente en passant par la fabrication, livraison, etc. Ainsi toutes les étapes seront concernées et auront leur solution. La notion de donnée et de sa collecte, de la commande à la livraison, permettra d'approfondir la connaissance client, et donc d'améliorer la performance de ses produits et ses services continuellement. C'est la création d'une usine connectée car tous ses services le seront entre eux.



Allianz, un des leaders mondiaux de l'assurance propose une offre complète qui couvre tous les besoins en assurance, assistance et services financiers des particuliers, professionnels, entreprises et collectivités. Avec près de 140 000 salariés dans le monde, Allianz est présent dans plus de 70 pays, au service de 86 millions de clients. L'innovation et la confiance sont au cœur de notre stratégie. Nous innovons sans cesse afin d'offrir à nos clients des services personnalisés, simples et rapides.

Les exigences de nos clients sont un puissant vecteur d'innovation. Dans un monde dominé par l'incertitude et les mutations technologiques, elles nous incitent à transformer notre métier de plus en plus vite. Chez Allianz France, nous accueillons ces bouleversements comme autant d'extraordinaires opportunités. Notre rôle est d'accompagner les TPE/PME, qui sont des pivots de notre économie, sur la voie de la digitalisation et de leur permettre, à leur tour, de saisir ces opportunités.



ADOPTER LE DIGITAL

Finalités :

Simplifier le monde du numérique pour que les TPE/PME le comprennent et se lancent en toute confiance. Lever les blocages et aider les dirigeants de TPE/PME à faire leurs premiers pas vers leur transformation numérique, en leur proposant des solutions concrètes qui aident à la digitalisation des différents services de l'entreprise.

Objectifs :

PROXIMITÉ : Se déplacer en Bus dans les régions et proposer des contenus pédagogiques, courts, concrets et gratuits.

INNOVATION : Faire avancer l'économie traditionnelle et la nouvelle économie ensemble en présentant les Start-Up, réseaux sociaux, logiciels, comme des outils digitaux qui aident à la transformation numérique des différents secteurs de l'entreprise.

PETIT GLOSSAIRE DE LA TRANSFORMATION DIGITALE !

Abonnés : internautes qui décident de suivre votre compte sur les réseaux sociaux. On les appelle également : « ami » ou « fan » sur Facebook, « abonné » ou « follower » sur Twitter et Instagram, « relation » sur LinkedIn.

Abonnement : internautes ou comptes que vous décidez de suivre sur les réseaux sociaux. On les appelle également « following » en anglais.

Adwords : la régie publicitaire de Google, à l'origine de son succès économique. Elle permet de créer une campagne publicitaire personnalisée. La campagne de l'annonceur s'affichera en fonction des filtres spécifiques définis au préalable, par exemple les mots clés.

Algorithme : « suite finie et non ambiguë d'opérations ou d'instructions permettant de résoudre un problème ou d'obtenir un résultat » (Wikipedia). Dans notre domaine du digital, Chaque réseau social

met donc en place un système pour hiérarchiser les affichages des publications en fonction de la chronologie, des interactions et de la valeur des contenus.

Bannière : bande publicitaire d'un annonceur, qui se retrouve sur un site internet.

Call to action : formule qui incite l'internaute à entreprendre une action. Des boutons sur le site officiel qui redirigent vers une page spécifique, comme une inscription, une promotion, un achat, etc. Chaque page du site officiel d'une entreprise devrait contenir au moins un « call to action » afin d'encourager le visiteur à poursuivre sa visite. La qualité rédactionnelle et visuelle de l'accroche est primordiale.

CRM : gestion de la relation client, ou Customer Relationship Management, L'e-CRM, c'est la gestion de la relation client sur Internet. Les médias sociaux font partie de cette relation client personnalisée.

e-réputation : notoriété qu'une marque, une entreprise ou une personne peut avoir sur le Web. Gérer sone-réputation c'est la gestion de l'identité de sa « marque » sur le Web.

Glossaire

e-mailing : envoi en masse de courriers électroniques, e-mails, destiné généralement à recruter de nouveaux clients ou à fidéliser ses clients actuels.

Géolocalisation : situation géographique exacte d'un individu grâce à des outils spécifiques. Il est courant qu'une application demande à accéder à la location de l'internaute qui accepte ou refuse. Les entreprises peuvent exploiter cette fonctionnalité de géolocalisation pour offrir des informations commerciales adaptées à l'internaute en fonction de sa position.

Hashtag : mot ou groupe de mots précédé du dièse # visible dans un tweet. Cet élément est cliquable et permet à l'internaute d'être redirigé vers une page ne traitant que de ce sujet. C'est Twitter qui l'a lancé, mais tous les réseaux sociaux l'utilisent désormais.

HTML : Hypertext Markup Language. C'est un langage informatique,

permettant la mise en forme des pages Web.

Impression : unité de mesure utilisée pour quantifier le nombre de fois qu'un objet est vu par les internautes en général (une publicité, une image, un son, une vidéo...) Cette unité est utile en digital, mais est applicable pour d'autres médias (TV, affichage, presse...)

m-commerce : utilisation du mobile pour faire du commerce. Le f-commerce permet aux utilisateurs de Facebook de réaliser des achats sans quitter la plateforme sociale par l'intermédiaire d'applications.

Post : publications en français, ce terme est utilisé par la communauté d'internautes pour désigner les messages envoyés et émis sur les réseaux sociaux.

QR CODE : code-barre à deux dimensions qui permet de stocker des informations numériques. Il est déchiffré via une application mobile spécifique, à partir d'un mobile.

Réalité augmentée : domaine qui utilise des technologies pour incruster des éléments virtuels dans une image réaliste. Elle combine le monde réel et des données virtuelles, de manière interactive, pour

Glossaire

augmenter nos sens et nous permettre d'être transportés dans cet environnement mixte. La RA offre de nouvelles possibilités pour le commerce en ligne en permettant, par exemple à un internaute, d'essayer virtuellement des vêtements, des lunettes, avant de cliquer pour acheter. Elle peut être pensée dans tous les secteurs d'activité.

Responsive design : un site en responsive design est lisible et compatible à tout type de support. Il s'adapte à la taille de l'écran d'un mobile, d'une tablette ou d'un ordinateur.

Retargeting : action, pour un annonceur, de cibler un internaute en fonction de ses actions passées et ses pages Internet visitées, par le biais des fameux cookies. L'internaute verra apparaître une bannière publicitaire correspondant à un site qu'il a déjà visité, pour l'inciter à l'acte d'achat.

SaaS : ou Logiciel en tant que Service est un modèle

de distribution de logiciel à travers le Cloud. Les applications sont hébergées par le fournisseur de service.

SEA : Search Engine Advertising ou publicité sur les moteurs de recherche. C'est le « référencement payant » par l'achat d'espace publicitaire.

SEO : Search Engine Optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche. C'est le référencement naturel ou gratuit, pour accroître la visibilité du site web sur Google. Il se travaille avec les actions qui permettent à un site internet de gagner gratuitement des places dans les classements de Google en l'occurrence, pour une recherche donnée.

SMO : Social Media Optimization. C'est l'optimisation sur les réseaux sociaux, soit l'ensemble des actions qui permettent d'étendre sa visibilité grâce aux médias sociaux.

SEM : Search Engine Marketing. Il concerne l'ensemble des activités liées au référencement. Pour résumé, le SEM = SEA+ SEO+ SMO.

Contact

Lalée Pinoncely
lalee@adoptedigital.com
06 35 47 07 62

Remerciements

Morgane Lara - Designer chez TROOPS
Jason Brand - CDO chez TROOPS



ADOPTE LE DIGITAL

adoptedigital.com