

voir loin



# Les réseaux *révolutionnent* mon entreprise...

*Les réseaux sociaux numériques et la dématérialisation des systèmes d'information obligent à repenser les relations commerciales et le fonctionnement interne des entreprises. Dirigeants d'entreprises, attention à ne pas rater le train sous peine de rester à quai, dans une gare désaffectée.*

Jacques Mathé, économiste

*Le clic remplace la relation physique. Le bon de commande devient virtuel mais le business, lui, est bien réel.*

table de restaurant pour le soir. La salle apparaît sur l'écran, laissant voir les tables libres pour l'heure de réservation désirée. Un clic, la table est retenue, à l'emplacement souhaité. À l'autre bout de cette chaîne ? Différentes entreprises (commerçants, entreprises de service...) qui gèrent en continu ce flot d'information, valident et confirment le

contrat commercial au client. Le clic remplace la relation physique. Le bon de commande devient virtuel mais le business, lui, est bien réel. Faute d'anticiper, de négliger ou pire de refuser cette évolution, des entreprises vont voir leur carnet de commandes se dégonfler au profit de nouveaux concurrents rompus aux outils de la nouvelle économie. Déjà, des secteurs entiers sont touchés. Les agences de tourisme ferment leurs boutiques les unes après les autres, les librairies vont vivre leurs derniers moments. Sur le continent américain, les e-books représentent déjà 30 % des ventes de livres ! Si nous sommes bien des lecteurs à regretter cette prochaine disparition, force est de constater que les nouvelles générations ont déjà choisi la librairie en ligne.

Inquiétons-nous donc de voir le peu d'empressement des entreprises françaises, notamment les PME, les commerçants indépendants, les artisans, les petits acteurs des biens et services de proximité, à faire évoluer leurs modes de ventes, de communication et de promotion de leurs produits ou services. Inquiétons-nous quand nous repérons une entreprise non accessible par internet, ne dispo-

sant pas de site web, étant incapable de donner le nom d'une personne référente à son client, une entreprise où un numéro anonyme de standard est l'unique accès commercial.

Une révolution est en marche, elle va être implacable pour les entrepreneurs. Facebook devient un outil de communication universel, Viadeo ou LinkedIn vont supplanter Pôle emploi et les classiques CV papier, gérer les relances commerciales par SMS deviendra une pratique courante. Le risque entrepreneurial est moins dans le recul du marché, de la diminution du pouvoir d'achat ou dans la hausse des charges. Il est d'abord dans l'incapacité à remettre en cause son mode de fonctionnement interne, de considérer que l'évolution du comportement des clients est au mieux anecdotique, au pire un frein à son confort commercial. Le blocage est d'abord dans la tête des dirigeants et moins dans la complexité à maîtriser les nouveaux outils de la communication.

Ceux qui ont compris ce nouveau challenge prennent des longueurs d'avance. Avec leurs entreprises ou leurs organisations, ils sont en train de bâtir la croissance économique de demain.

