

NOS PME FACE À LA TRANSFORMATION DIGITALE : APATHIE ET LUCIDITÉ

par Alain de Fooz | Août 29, 2018 | Business | 0 commentaires



UNE ÉTUDE RÉALISÉE PAR MEGABYTE AUPRÈS DE PLUS DE 1.000 CLIENTS EST RÉVÉLATRICE D'UNE CERTAINE APATHIE VIS-À-VIS DE LA TRANSFORMATION DIGITALE, MÊME SI LA PRISE DE CONSCIENCE EST BIEN LÀ.

Entre intentions et réalité, l'écart peut être grand. **Megabyte** le constate encore à l'issue de son enquête sur la transformation digitale dans les PME conduite auprès d'un millier de ses clients. «D'emblée, commente **François Bryssinck**, cofondateur et CEO de Megabyte, on pourrait se féliciter du fait que plus de 50% des répondants reconnaissent s'intéresser ou s'investir dans l'automatisation des processus et que, autre indice, trois sur quatre estiment même que l'intelligence artificielle aura un réel impact sur leurs affaires à court terme, mais c'est au moment d'analyser ce qui se passe réellement sur le terrain que l'on est en droit de s'inquiéter.»

Premier indice de ce retard constaté : la conformité à la réglementation. **Moins d'un tiers des PME sondées disent avoir complètement intégré la législation du GDPR** qui s'impose pourtant à tous depuis le mois de mai passé. Pis : 20% de l'échantillon avoue n'avoir encore rien entrepris en la matière... «Pour moi, ce retard est relatif. De toute évidence, nuance François Bryssinck, nos PME ont pris conscience de la réalité du GDPR. Beaucoup ont entamé le projet; l'état d'avancement reflète la sensibilité des dirigeants pour cette question.»

Deuxième indice : l'ouverture. **25% déclarent ne disposer d'aucun outil de travail collaboratif** tel que Skype, SharePoint ou encore une solution de CRM partagée, alors qu'une entreprise sur cinq n'a toujours pas eu recours au **cloud** et qu'un bon 30% n'envisage pas du tout le travail à distance pour son personnel.

20% DE LA BASE INTERROGÉE N'EST PAS PRÉSENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Ouverture encore via le web : **seules 6% des PME interrogées annoncent disposer d'une solution de vente en ligne alors que plus de 50% estiment que leur site web sert essentiellement de vitrine...** ce qui peut sembler paradoxal par rapport au fait que seulement 20% d'entre elles avouent finalement recevoir des leads au départ de leur site web. «C'est là un outil sous-évalué; nos entreprises ne voient toujours pas le potentiel», regrette François Bryssinck.

Lorsqu'il s'agit de se promouvoir, 37% des sondés disent avoir recours au référencement naturel (SEO), près de 14% au référencement payant (SEA) et 24% à la publication de 'news'. La tenue d'un blog pour faire parler de soi est, elle, une option pour 8% des interrogés.

De nouveau, **20% de la base interrogée n'est pas présente sur les réseaux sociaux et ne suit pas du tout ce qui se dit à leur propos sur le net.** Pour l'heureuse majorité qui a effectivement franchit le pas, mais dont seulement 30% reconnaît être active; ce sont sans surprise Facebook et LinkedIn qui sont, de très loin, les plateformes les plus populaires, suivies par Twitter.

Au moment d'analyser les résultats de leur entreprise, les clients de Megabyte ont recours aux solutions de leur comptable (48%) ou disposent d'une solution de Business Intelligence (28%). Cela dit, **plus d'un entrepreneur sur deux déclare encore prendre des décisions stratégiques sur la base de fichiers Excel.** *«Dans leur majorité, les entreprises se disent satisfaites des outils de gestion et de prévision dont elles disposent. Je partage cet avis, enchaîne François Bryssinck. Les solutions en place sont suffisamment puissantes. Ne sous-estimez pas Excel !»*

LE DÉSIR DE FAIRE MIEUX !

Enfin, près d'un quart des répondants avouent avoir été victimes d'une cyberattaque et, si 66% estiment finalement que leurs données sont en sécurité et que 6% ignorent tout des mesures en place dans leur infrastructure, 15% aimerait encore accroître leurs protections.

«Il est essentiel de prendre le pouls du marché et de régulièrement vérifier si nos entrepreneurs sont en phase avec les innovations qui tendent à optimiser leurs processus et ultimement booster leur business, résume François Bryssinck. Et si cette étude reflète d'évidents retards et une certaine apathie, je retiens une seule statistique aussi récurrente et positive que porteuse d'espoir : le pourcentage important de nos clients conscients des enjeux et leur désir de faire mieux.»

Sommaire



Titre Nos PME face à la transformation digitale : apathie et lucidité

Description Une étude réalisée par Megabyte auprès de plus de 1.000 clients est révélatrice d'une certaine apathie vis-à-vis de la transformation digitale, même si la prise de conscience est bien là.

Auteur Alain de Fooz

Editeur Solutions Magazine

Logo

