

POUR MEGABYTE OUVRE UNE DIVISION WEB. L'INTERNET RAISONNÉ

par Alain de Fooz | Mar 21, 2018 | Business | 0 commentaires



MEGABYTE OUVRE UNE DIVISION WEB. POUR L'ENTREPRISE BRUXELLOISE, QUI FÊTE SES 30 ANS, IL N'ÉTAIT PAS QUESTION D'ARRIVER SUR LE MARCHÉ TROP TÔT. EXPLICATIONS.

Spécialisée en automatisation de la gestion et l'implémentation de solutions informatiques 'end-to-end' depuis 30 ans, **Mégabyte** ouvre une division web. *«Certains penseront que ce n'est pas trop tôt; au contraire, nous sommes persuadés que le moment est propice : l'online ne sert plus de vitrine et constitue bien plus qu'un canal de vente supplémentaire; il est désormais un environnement vital pour l'entreprise qui doit s'y déployer de manière raisonnée, rigoureuse et efficace»*, commente François Bryssinck, cofondateur et CEO de Megabyte.

C'est là le pragmatisme de Megabyte. **Fort de ses 1500 clients, le prestataire bruxellois (8,5 millions EUR de chiffre d'affaires, 60 collaborateurs) tient à sa croissance linéaire, quasi mesurée.** Et tient tout autant à son engagement : suivre au plus près les besoins de ses clients. *«Le succès de l'entreprise repose sur le pragmatisme, l'écoute et le sens de la relation long terme tant avec ses clients qu'avec ses partenaires. Chez Megabyte, on prône aussi le recul et la vision d'ensemble : est-on face à une tendance générale à suivre ou s'agit-il d'une passade technologique comme le secteur ICT en connaît ?»*

UN BESOIN, UN PARADIGME

Pour Megabyte -où le mono-service et le one-shot n'existent pas- s'adjoindre une division web, c'est l'occasion de se diversifier davantage. En étendant sa gamme, l'intégrateur ICT se crée non seulement l'opportunité de conquérir de nouveaux clients et marchés, mais aussi de répondre à un besoin, voire un paradigme qui ne cesse d'évoluer, tant au sein de sa propre entreprise que chez ses clients.

Pour François Bryssinck, cofondateur et CEO de Megabyte, cette nouvelle division web résulte d'une double réflexion : *«Au sein de Megabyte même, nous avons eu une prise de conscience voici cinq ans : notre site internet enregistrait peu de fréquentations et ne nous ramenait quasiment plus de leads. Ce n'était finalement plus qu'une belle vitrine sans trop de chalandise. Nous avons alors fait appel à l'expertise d'un consultant en stratégie web. Cela a vite débouché sur du concret : on a facilement pu voir que les courbes étaient ascendantes et continues. Ensuite, nous avons eu l'idée de transposer ce modèle aux sites de nos clients, afin de booster leur business de la même façon...»*

Tout le monde veut sa place sur la toile. Mais **en matière de sites et d'e-commerce, on trouve le meilleur comme le pire**. La nouvelle division de Megabyte s'est fixée pour mission d'accompagner ses clients dans une transition parfois plus complexe qu'il n'y paraît. *«Les gens disposent souvent d'un bagage technologique léger, explique Raphaël Willet, consultant en web stratégie chez Megabyte. Nous devons à tout prix leur faire comprendre -comme nous l'avons compris pour nous-mêmes- que **l'ère de l'internet pour l'internet est révolue**. Il s'agit d'un outil au service du business à part entière, qui peut faire la différence face à la concurrence -concurrence que le client ne connaît d'ailleurs pas la plupart du temps...»*

QUATRE ÉTAPES

Pour ce faire, Megabyte propose une stratégie en quatre étapes. Un : l'audit sémantique, c'est-à-dire une analyse du secteur d'activité et de la concurrence. Deux : le développement de la solution web requise et sur-mesure (CMS, applis, emailings...). Trois, la visibilité : comme il faut de 6 à 8 mois pour être bien positionnés dans les moteurs de recherche, il faut mettre en œuvre toute une série d'actions permettant d'avoir déjà un bon référencement (Adwords, campagnes d'acquisition Facebook...). Quatre, enfin, le reporting : lorsque le client passe d'une 35e position à la 15e, il voit concrètement que les trois stades qui ont précédé ont déjà bien porté leurs fruits et qu'il y a retour sur investissement...

Aussi, Megabyte offre-t-elle **une approche complète prenant en compte l'activité même du client, les particularités de son site ainsi que l'analyse de la concurrence**. Avec cette nouvelle division web, Megabyte propose plus que jamais une offre one-stop-shop, c'est-à-dire que le client dispose d'un ensemble de solutions et services en un même endroit. C'est aussi la rencontre du 3.0 et de l'expertise sur-mesure de longue date, au service des entreprises de demain.