

# D comme ... Digital

---

Le digital est partout ... Pourtant qui sait vraiment ce que ce mot recouvre et surtout, qui sait dire comment l'entreprise peut l'appréhender ?

Il faut donc commencer par définir ce mot qui n'est guère que la version actuelle d'une notion des années passées qui avait été mise sous le vocable NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).

Depuis le temps, la technologie n'est plus nouvelle et surtout, les acteurs du marketing et l'apparition des réseaux sociaux et des smartphones et autres tablettes ont révolutionné cette notion.

## **Le Digital pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?**

Concrètement, pour l'entreprise, le digital est un élément qui est venu agrémenter son écosystème.

Cependant, le digital a une caractéristique particulière qui est que non seulement il impacte directement les relations que l'entreprise a avec le monde extérieur, mais il a également des conséquences sur le fonctionnement interne de l'entreprise.

On peut en penser ce qu'on veut, être pour ou contre, le digital est là. Il y aura donc les entreprises qui sauront l'apprivoiser et les autres ...

## **Cas pratique**

En pratique, comme le disait un analyste du cabinet PwC, la question n'est pas d'avoir une stratégie digitale, mais bien quelle stratégie adopter dans un monde qui est digital.

Le monde est digital car beaucoup d'entreprises, des centaines de millions, voire des milliards d'individus utilisent leur téléphone pas uniquement pour téléphoner et Google nous a habitué à disposer instantanément, chez soi, gratuitement, des informations que nous recherchons.

Or ces gens sont les clients des entreprises, soit directement dans le cas du B2C, soit parce qu'ils sont dans une entreprise qui est en relation avec une autre entreprise (B2B). Et ces gens

## ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

sont désormais habitués à disposer des informations qu'ils veulent quand ils le veulent et où ils le veulent.

En d'autres termes, le client a repris la main !

Face à cela, on peut classer les outils dont dispose une entreprise pour adapter sa stratégie au monde digital qui l'entoure en 4 familles :

- les applications mobiles, qui permettent à l'utilisateur de réaliser un grand nombre d'opérations depuis un objet portable
- les réseaux sociaux, qui permettent à l'entreprise d'entrer en relation directe avec ses clients afin d'interagir avec eux (et pas de vendre comme on le croit souvent)
- le marketing de contenu, qui est une approche consistant à offrir du contenu à ses clients ou visiteurs pour se créer une image d'expert et donc augmenter ses ventes
- les sites web, qui peuvent aller de simples cartes de visite électroniques à des boutiques en ligne (e-commerce) voire des places de marché complètes

Le choix d'outils est donc vaste et il n'est pas question pour une PME de tous les mettre en œuvre. Il faut au préalable définir sa stratégie et, ensuite, utiliser les outils qui permettront à cette dernière d'être pleinement efficace et profitable dans le monde digital qui entoure l'entreprise.

### **Alors, comment traiter le Digital en entreprise ?**

Le digital ne doit pas être un sujet de tabou ou rejeté au prétexte qu'il s'agit d'un « truc de jeunes ».

De même, le digital ne peut se réduire à un site web. Combien de personnes pensent que le fait d'avoir un site va suffire ? C'est exactement comme si on vendait une voiture à une personne alors qu'elle n'a pas le permis, qu'il n'y a pas de routes et qu'elle n'a pas d'essence ... Elle peut avoir la plus belle (et la plus chère) voiture du monde, cela ne lui servira à rien !

Le digital doit être traité comme une opportunité de se développer là où les autres ne sont pas encore car, il ne faut pas l'oublier, les outils dont il a été parlé plus haut (réseaux sociaux, sites, etc.) permettent à n'importe quelle entreprise d'être visible depuis n'importe où par un nombre incalculable de personnes. Tout l'enjeu est de les intéresser ...