

Le digital, un outil contre l'enclavement qui mérite un accompagnement

Bien que conscientes de l'importance de la digitalisation de leurs activités, les TPE-PME sont encore trop nombreuses à ne pas saisir l'opportunité d'une vitrine en ligne. Pourtant, comme l'ont rappelé les intervenants de la scène Talk dédiée à l'accélération digitale lors de la Maddy Keynote 2023, les accompagnements ne manquent pas.

Temps de lecture : minute

27 février 2023

Une accélération en demi-teinte

Le baromètre France num 2022 révélait mi-décembre que 80% des chefs d'entreprises mesurent l'importance du digital pour leur activité, mais que seulement 20% disposent d'un site e-commerce. *"Le commerce en ligne est un levier de croissance pour les entreprises et un atout pour l'économie française. Il permet à nos entreprises de s'affranchir des distances, de faire tomber les barrières technologiques, marketing, logistiques pour vendre partout et tout le temps et les dirigeants d'entreprises l'ont bien compris"* explique Clara Getzel, Responsable des services PME chez Amazon.fr avant de poursuivre *"Ils sont pourtant encore trop peu à sauter le pas et expriment un besoin d'accompagnement. C'est ce que nous souhaitons faire chez Amazon: accompagner les efforts de digitalisation des entreprises pour leur permettre de tirer profits des opportunités offertes par le e-commerce"* précise-t-elle.

Dominique Restino, Président de la CCI Paris Ile-de-France abonde dans ce sens tout en reconnaissant que les Franciliens jouent davantage la carte du digital, un bon point quand on sait que l'Île-de-France représente près d'un tiers du PIB de la France : *“Les chiffres sont un peu différents en Île-de-France. Deux commerçants sur trois reconnaissent une contribution du digital à leur chiffre d'affaires et dans les commerces de plus de 20 salariés, 96% ont entamé une transformation numérique parmi lesquels 65% ont intégré l'omnicanalité à leur plan de croissance. Les 31% restants digitalisent également leur activité mais ils le font avec moins d'entrain, ils le voient comme un passage obligé.”* Et pour cause, la digitalisation ne se fait pas en un claquement de doigt, elle nécessite des compétences et un budget dédié.

Une vitrine indispensable

Amazon.fr offre une solution pratique pour les petites entreprises qui souhaitent élargir leur portée géographique et accéder à une base de clients plus large sans avoir à développer leur propre site e-commerce. 13 000 TPE-PME françaises se sont d'ores et déjà appuyées sur sa marketplace pour dénicher de nouvelles parts de marché et les résultats sont là. *“ Leur présence en ligne leur permet d'avoir accès à des clients à l'autre bout de la France mais c'est aussi l'opportunité de se lancer à l'international. Grâce à cela, ces TPE PME ont réalisé 600 millions d'euros de vente à l'export en 2021. Un chiffre en croissance de 40%.”* Avec son site e-commerce, la marque digital native Cuvée Privée propose, elle aussi, à des producteurs français d'accroître la visibilité de leurs vins, mais aussi de leurs huiles d'olive, de leurs whiskies, de leurs bières ou encore de leurs cidres. *“Au delà de l'augmentation de leurs ventes, la mise en lumière de leurs domaines sur notre site e-commerce et dans notre*

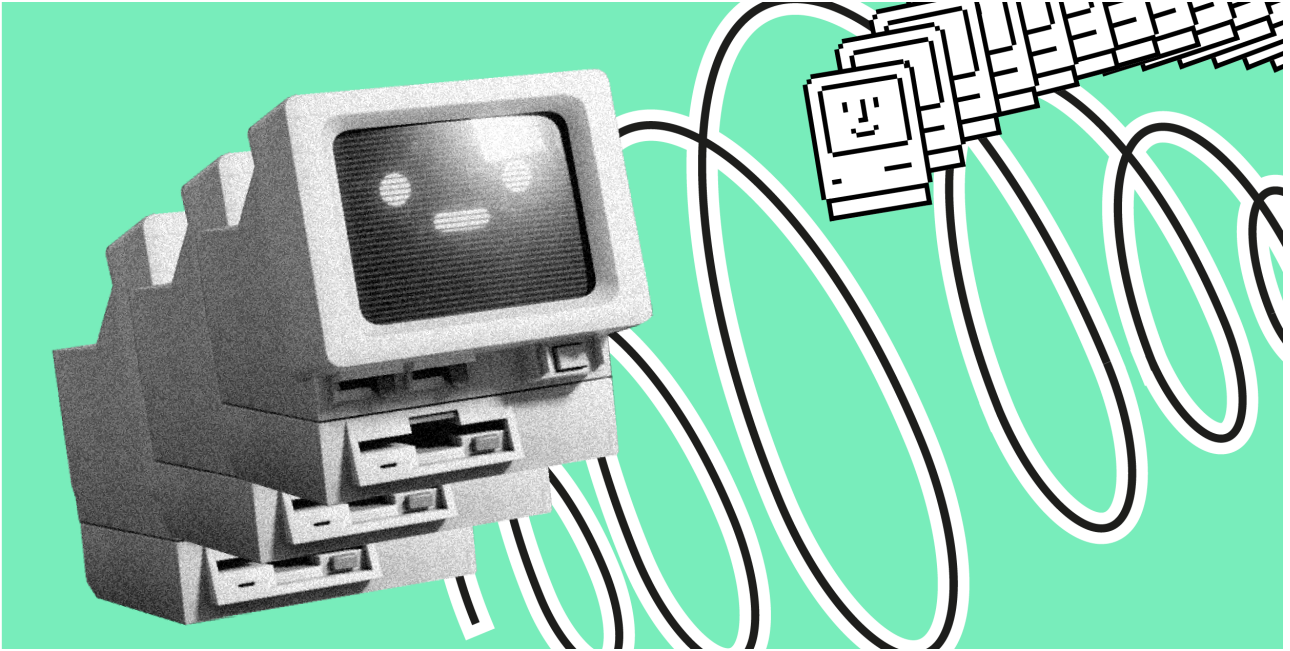
communication engendre également un développement de l'oenotourisme, se réjouit Aurélie Bucco Co-Fondatrice, de Cuvée Privée

qui concède un autre atout au digital, *Outre la visibilité, le digital permet de mieux connaître sa base clients, de savoir ce qui les motive à passer commande. Les feedbacks qu'on obtient grâce à des questionnaires en ligne, nous permettent de nous diversifier plus facilement en créant des services ou des produits qui correspondent vraiment à leurs attentes.*"

L'accompagnement nécessaire

Convaincu que la transformation numérique est un enjeu majeur pour la compétitivité de leur activité, Dominique Restino approuve le business model de Cuvée Privée qui participe au soutien de ces producteurs trop éloignés du digital : *"Le besoin d'accompagnement est évident. En tant que premier réseau d'accompagnement de proximité des entreprises, la CCI propose, sur son site lesdigiteurs.fr, des solutions concrètes à celles et ceux qui souhaitent digitaliser leur activité avec des formations pour construire le cahier des charges d'un site internet, mais aussi acheter des mots clés par exemple. Elle a également mis en place le chèque numérique."* Amazon s'inscrit dans la même démarche avec son programme de formation gratuit et en ligne, l'Accélérateur du numérique qui propose près de 150 modules de formation développés en partenariat avec plus d'une cinquantaine d'experts.

En complément des modules de formation en ligne, L'Accélérateur du Numérique propose également des journées de formation accélérée en présentiel. *"Notre volonté pour 2023, c'est d'être davantage présent dans les régions, dans les territoires et d'y organiser des ateliers de formation intensive au plus près des entreprises."* explique Clara Getzel



À lire aussi

Les 5 conseils à suivre avant de se lancer dans le e-commerce

Article écrit par MADDYNESS AVEC L'ACCÉLÉRATEUR DU NUMÉRIQUE