

L'Accélérateur du Numérique d'Amazon donne les clés du e-commerce aux entrepreneurs des Hauts de France

Après Marseille et Bordeaux, l'Accélérateur du Numérique d'Amazon a organisé un nouveau bootcamp à Lille avec table ronde inspirante et ateliers thématiques pour répondre à la nécessaire digitalisation des entreprises vers le e-commerce.

Temps de lecture : minute

26 octobre 2023

Les nombreux nuages qui sont venus couvrir le ciel lillois ce 19 octobre n'ont pas pour autant assombri l'horizon rayonnant du e-commerce. Un sujet au cœur des enjeux des PME et des territoires comme l'annonçait la table ronde organisée en ce jour dans le cadre du bootcamp de l'Accélérateur du Numérique d'Amazon qui faisait donc étape dans la capitale des Flandres après avoir évangélisé les entrepreneurs à Marseille et Bordeaux.

« *Le digital, c'est vital, la vraie question est celle de l'accompagnement des chefs d'entreprise dans ce long chemin* », souligne Pierre Wellhoff, directeur du département Solutions eExport de Business France et l'un des intervenants de cette table ronde introductive de cette riche journée en ateliers et rencontres. « *Si beaucoup d'entrepreneurs l'ont compris, ils n'ont pas forcément les ressources et les compétences, d'où la naissance de l'Accélérateur du Numérique pour leur fournir les outils et les clés de compréhension du e-commerce* », complète la seconde intervenante, Clara Getzel, directrice des services aux PME, Amazon.fr.

Des ateliers qui répondent aux besoins des entrepreneurs

L'utilisation de ChatGPT en entreprise, l'amélioration de la présence sur les réseaux sociaux ou encore la maîtrise de la vente sur Amazon, les thématiques des ateliers se voulaient donc concrètes pour répondre aux besoins des entrepreneurs. D'ailleurs si certains comme Margot Dutilleul, en train de créer une société de numérogie, sont venus juste « *s'enrichir d'informations sur le numérique pour développer son activité* », d'autres ont des idées plus précises comme Djamel Ahamada qui voudrait une activité e-commerce en complément de son concept store sur la culture japonaise et notamment « *se former sur les réseaux sociaux pour usage professionnel* ».

D'une chalandise locale à l'international

Pour Juliette Tichkiewitch, qui a repris en 2017 l'entreprise Cigale et Fourmi créée par son père, « *le passage au digital a été forcé par la crise économique de 2008 mais au final s'est révélé une opportunité de passer d'une zone de chalandise locale à l'international, mais aussi de diversifier ses activités vers le conseil* ». Des vertus confirmées par Pierre Wellhoff : « *la mise en place d'une stratégie marketplace offre une porte d'entrée vers l'international, qui permet non seulement d'élargir sa clientèle, de se diversifier et de dégager des marges supplémentaires, mais aussi d'accroître sa compétitivité en se confrontant à la concurrence mondiale, ce qui favorise l'amélioration constante des produits* ». D'ailleurs le e-commerce est identifié comme une priorité par le gouvernement dans le cadre du plan Osez l'Export, pour passer de 140 000 entreprises françaises qui exportent actuellement à 200 000 en 2030. « *Le e-commerce est un excellent vecteur d'internationalisation car 65% des 16 000 TPE et PME qui vendent sur Amazon s'exportent pour plus de 750 millions d'euros* » ajoute Clara Getzel.

Physique et digital sont complémentaires

Enfin, contrairement à certaines idées reçues, le digital ne s'oppose pas au commerce physique comme a tenu à le préciser Pauline Dehecq, fondatrice et dirigeante de Mademoiselle Biloba, lors de la table ronde : « *les deux dimensions s'enrichissent mutuellement pour créer de la valeur, car le passage au web n'est pas qu'une question de vendre plus, c'est aussi l'occasion d'affiner son expertise, de développer du contenu et de s'adapter aux changements de mode de consommation* ». D'ailleurs, si elle a créé son offre e-commerce pour mieux répondre aux demandes de sa clientèle, elle lui a permis non seulement de tenir pendant les confinements à répétition mais aussi de représenter désormais 50 % de son chiffre d'affaires avec une croissance à deux chiffres.



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

