



L'export à l'heure du **Web 2.0**



Par
Fabrice Lenoir,
Président de l'ENE

C'est un double enjeu qui attend les exportateurs pour les prochaines années. D'un côté la dématérialisation des opérations de commerce international, de l'autre, le développement des sites et des plateformes de vente en ligne.

Les premières plateformes de dématérialisation expérimentées ces dernières années en France illustrent la volonté du gouvernement et des opérateurs (entreprises, banques, douanes, transporteurs, terminaux portuaires et aéroportuaires) de rentrer de plain pied dans l'ère du tout électronique.

Les nouvelles technologies permettent de communiquer plus facilement à, et depuis l'étranger. Certains outils comme la vidéoconférence ou les web-réunions renforcent la proximité tout en diminuant les coûts de déplacement.

Les TIC offrent aussi la possibilité d'accéder en permanence au système d'information de l'entreprise : messagerie électronique, documentation technique, base de données clients. Ainsi, le responsable export ne perd jamais le contact avec l'entreprise !

Gommer la distance

Dans une démarche export, les distances fragilisent la relation client. Les nouvelles technologies font disparaître le problème de l'éloignement en ouvrant la voie vers de nouveaux services pour les clients.

En réduisant considérablement les coûts de télécommunication, la Voix sur IP a ainsi favorisé l'émergence de centres d'appel dédiés au SAV. Internet a amené de nouveaux outils de collecte d'informations sur la clientèle (newsletter dans la langue du pays, e-mailing, publicité sur des sites étrangers à forte notoriété...).

Enfin, grâce aux outils de gestion de la relation client ou CRM, il est possible de gérer des commandes sur une même application (bons de commande, bons de livraison, suivi des paiements) et

de tracer l'historique des échanges avec un client (documentation envoyée, appels, commandes passées...).

« L'usage des TIC nous a permis de faire un grand pas dans nos relations avec nos fournisseurs étrangers qui y voient efficacité dans le travail et réduction des coûts » rappelait Jimmy Sapede, de la Société Atanor (bureau d'étude spécialisé dans la production d'énergie), dans l'enquête sur l'usage des TIC par les entreprises exportatrices rhônalpines (publiée en 2008). Pour lui « l'intégration de ces outils nous donne une image de modernité, de dynamisme et d'efficacité qui est en accord avec notre activité et les valeurs que nous défendons : économie d'énergie, réduction d'émissions de polluants, réduction de CO2... ».



Vendre l'entreprise à l'international

En plus de pouvoir rester connecté partout et à tout moment avec son entreprise, pour un investissement minimum, on peut maintenant vendre au bout du monde. Internet est une formidable opportunité de développer ses ventes à l'international : 85% des entreprises rhônalpines qui exportent se sont dotées d'un site Internet. Aujourd'hui, on assiste à l'émergence des sites internet de "deuxième génération"

beaucoup plus opérationnels, intégrant des outils de vente ou de soutien à la vente.

Et demain ?

Comment travaillera-t-on ? Comment communiquerons-nous ? Aujourd'hui, on peut sans trop se tromper dégager quelques tendances lourdes de l'entreprise de demain, elle sera :

Collaborative

C'est-à-dire que les entreprises vont s'organiser en mode projet avec leurs partenaires, clients et fournisseurs et par-

tager en temps réel des données sur le web quelle que soit leur localisation.

Mobile

Aujourd'hui, les salariés de l'entreprise se connectent sur un serveur interne. Demain, ils pourront télé-travailler, organiser des réunions virtuelles en visioconférence ou répondre en temps réel au client depuis chez eux.

Mondiale

Les réseaux locaux devront être interconnectés avec des nœuds d'échange à très haut débit pour ouvrir à grande

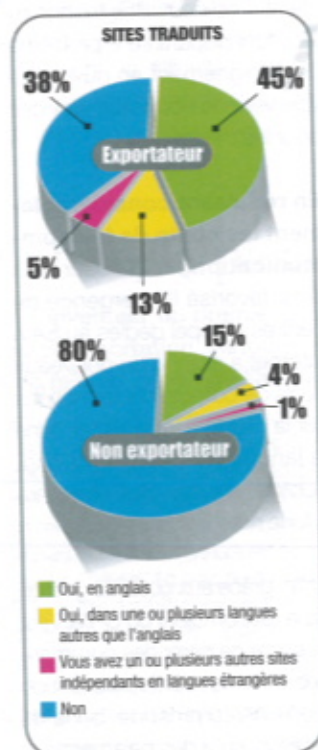
vitesse les entreprises de notre territoire sur le monde. En conclusion, l'intégration des TIC est une évolution qui impacte aujourd'hui toute l'entreprise. Elle doit résulter d'un choix stratégique global pour être véritablement bénéfique. Pour en débattre, le **1er et 2 décembre à Lyon-Eurexpo, le Colloque du Numérique 2009** présentera aux dirigeants les évolutions en matière de TIC et les changements d'organisation pour les entreprises.

"Encore des progrès à faire"

L'Espace Numérique Entreprise (ENE) réalise régulièrement des études sur l'usage des TIC dans les entreprises. **Anaïs Dupas**, chargée de mission à l'ENE commente les dernières enquêtes.

« Logiquement, les entreprises qui exportent ont davantage recours aux pratiques de référencement de leur site et d'e-marketing que les entreprises non ou peu exportatrices. Toutefois, elles ont beaucoup de progrès à faire car elles n'ont pas une grande maîtrise de ces outils ».

Anaïs Dupas fait la distinction entre « les entreprises qui sont déjà exportatrices et qui ont une



stratégie de développement commerciale que l'on peut qualifier de "traditionnelle" (réseau d'agents, distributeur à l'étranger) et les entreprises souvent unipersonnelles qui se lancent aujourd'hui à l'export. La première catégorie a souvent du mal à s'approprier ces nouvelles technologies alors que la seconde les intègre d'emblée dans son modèle de développement (référencement, affiliation, e-marketing, paiement en ligne...) même si elles ne font souvent que répondre à une demande et n'ont pas véritablement de stratégie export ».

S.E.

