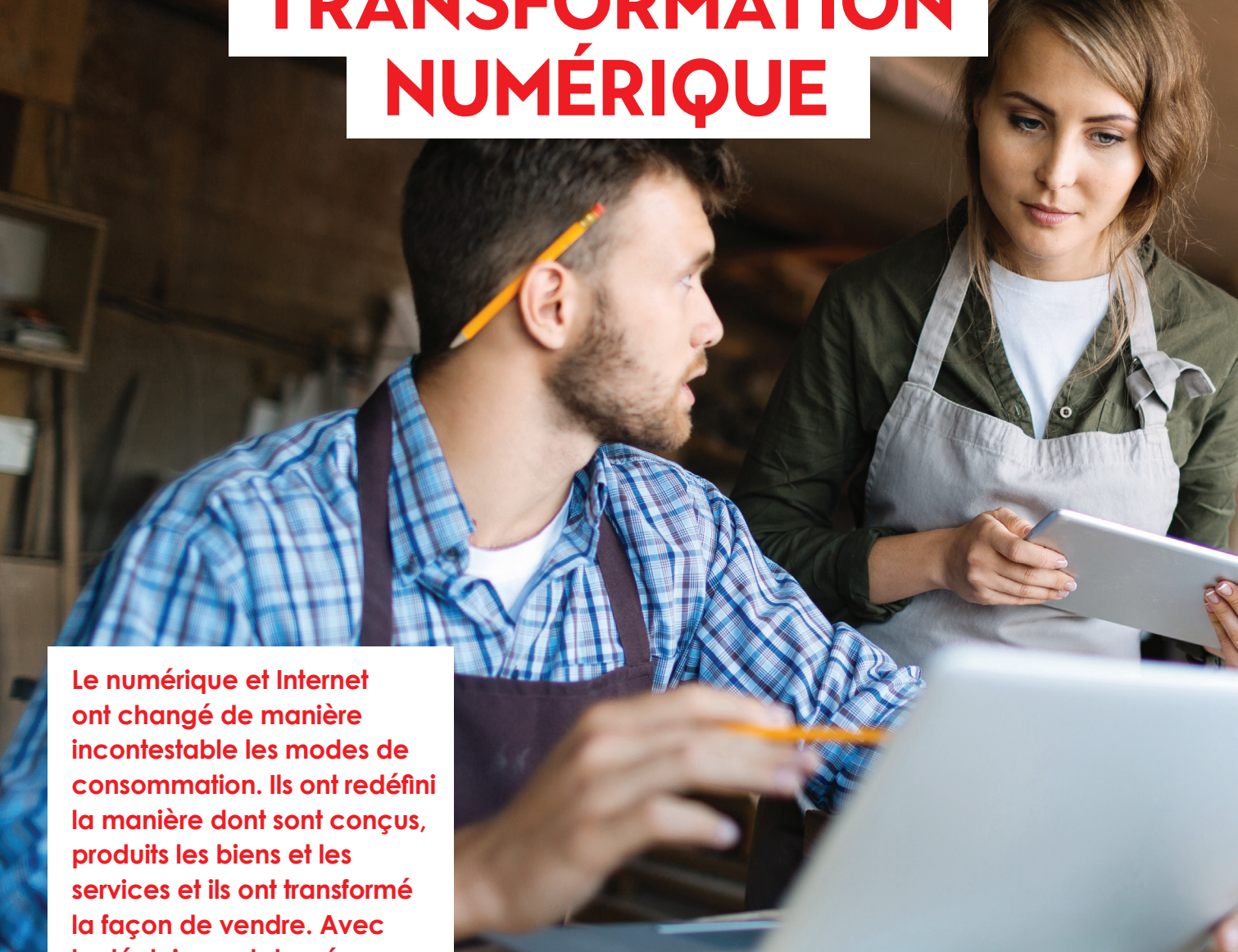


L'URGENCE DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE



Le numérique et Internet ont changé de manière incontestable les modes de consommation. Ils ont redéfini la manière dont sont conçus, produits les biens et les services et ils ont transformé la façon de vendre. Avec le déploiement des réseaux sociaux et des sites web, les notions de proximité et de communication sont désormais modifiées. Dans ce monde nouveau, l'artisan 3.0 doit désormais intégrer le numérique dans son activité professionnelle, s'il veut être compétitif, accroître sa notoriété, développer son chiffre d'affaires et gagner en efficacité.

Tous les domaines de la vie d'une entreprise sont impactés par l'avènement du numérique. Conséquence directe : les entreprises artisanales sont confrontées à une concurrence démultipliée par les réseaux sociaux et les sites web. « Aujourd'hui, l'artisan qui déciderait de se passer du numérique manque nécessairement l'opportunité de capter une nouvelle clientèle, de développer et de proposer de nouveaux produits,

d'améliorer sa production, son organisation et sa rentabilité. Il prend même le risque de disparaître », souligne Yaël Boquet, chef de projet développement des entreprises et numérique de la CRMA Auvergne-Rhône-Alpes. « Le champ des possibles est immense en matière de numérique et il concerne tous les artisans, quelle que soit leur activité ou leur localisation. Un traiteur, situé en zone rurale et récemment accompagné par un conseiller



tout ce qui touche à la notoriété, à l'e-réputation est primordial. L'entreprise artisanale du XXI^e siècle doit ainsi permettre à ses clients de la trouver sur le Web, d'y découvrir ses produits, de pouvoir les acheter, les commander à tout moment de la journée ou de la nuit. En témoigne notamment le succès croissant du « click and collect » qui permet aux consommateurs de commander un produit en ligne et de le retirer dans un magasin. » Le numérique facilite également la gestion des stocks, l'organisation du travail et des plannings. « La simple possibilité de consulter ses comptes en ligne a permis aux artisans de suivre en temps réel leurs finances et de pouvoir réagir plus rapidement si nécessaire », souligne Yaël Boquet. Et que dire de l'interaction désormais indispensable avec des clients et des prestataires désireux d'obtenir des informations dans l'instant que seuls le numérique et ses outils peuvent permettre. On le voit, les enjeux liés au numérique sont désormais vitaux pour l'entreprise et nul ne peut s'en exonérer.

UNE GRANDE MARGE DE PROGRESSION

L'étude réalisée en 2017 par CMA France, l'établissement public national représentatif du réseau des Chambres de Métiers et de l'Artisanat (CMA), dressait un bilan en termes d'équipements, de pratiques et de besoins réels des entreprises artisanales en matière de numérique. L'étude révèle qu'avec neuf entreprises sur dix informatisées, le taux d'équipement des entreprises artisanales a clairement progressé. Il est également satisfaisant

en matière de téléphonie (smartphones). De même, 96 % des entreprises artisanales disposent d'une connexion Internet, même si la question de l'accès au haut débit reste posée pour certains territoires. Quant aux usages numériques, pour neuf entreprises sur dix la messagerie est en tête, à égalité avec la consultation des comptes en ligne. En matière de visibilité des entreprises, 41 % d'entre elles disposent d'un site web parmi lesquels 15 % permettent la vente en ligne alors que seuls 25 % des artisans utilisent les réseaux sociaux. Des chiffres relativement faibles au regard des entreprises étrangères et des nouvelles formes de consommation. « Un constat inquiétant, reconnaît Yaël Boquet, quand on mesure la nécessité d'être visible sur le web et la puissance de Facebook, notamment pour les entreprises s'adressant aux particuliers qui pourraient par ces biais mettre en valeur leurs savoir-faire, leurs produits et services et capter une clientèle nouvelle. » Certains usages sont cependant en progression. C'est le cas notamment de la gestion de la comptabilité, de la déclaration sociale et fiscale pour lesquelles une entreprise sur deux utilise le numérique.

LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE N'EST PLUS UN CHOIX

Au bout du compte, les artisans sont à l'image de la France, classée au 16^e rang mondial en 2018 (24^e en 2016) en matière de transformation numérique des entreprises, selon Network Readiness Indicator. Des progrès sont donc encore à faire et ►

de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat dans sa transformation numérique, a réglé son problème d'invendus en créant une page Facebook lui permettant de proposer une réduction à ses clients de proximité en fin de journée. Un horloger de centre-ville restaure les plus grandes horloges du monde grâce à la 3D. Sans parler du volet visibilité ! De nos jours, les artisans ont, dans la majorité des cas, une clientèle de particuliers pour laquelle



► en particulier sur l'identité numérique d'une entreprise, c'est-à-dire toutes les traces : données, photos, informations qu'elle laisse sur le Web et qui participent à sa e-réputation. Alors que le dernier baromètre Pages Jaunes 2018 indique que 80 % des consommateurs consultent des avis en ligne avant d'effectuer un achat, 29 % des artisans interrogés sur ce sujet ne souhaitent pas, voire même refusent, de lire les avis ou autres notes les concernant sur le Web et les réseaux sociaux et 41 % avouent ne jamais penser à les consulter. Selon Yaël Boquet, « cette dimension est pourtant fondamentale, car désormais tous les produits ou services, quelle que soit l'entreprise ou l'activité sont évalués et comparés en ligne. Avoir une attitude passive vis-à-vis de cette pratique revient à se mettre en grande difficulté tant on sait qu'une

critique peut être dévastatrice pour l'image d'une entreprise et, à terme, pour ses résultats. Dans ce cas, une réponse adéquate est impérative pour rétablir l'équilibre vis-à-vis des clients potentiels. Une prise de conscience est indispensable. Au-delà de toutes les raisons légitimes (manque de temps, de moyens ou de connaissances) qui pourraient expliquer ce retard dans la transformation numérique de leur entreprise, les artisans se doivent de monter en compétences sur ces sujets et de mettre en œuvre des actions, des outils qui leur correspondent ».

AIDER À LA TRANSITION NUMÉRIQUE

À tous les artisans qui souhaitent intégrer le numérique dans leur entreprise ou optimiser les solutions mises en place et qui

ne savent pas comment faire, le réseau des CMA propose de les accompagner pour mener à bien leur projet.

Le diagnostic numérique

Préalable et clé de voûte de l'intervention des conseillers de la CMA, le diagnostic de l'entreprise permet d'identifier son profil, son degré de maturité numérique, son niveau d'équipement et surtout ses usages. Il formalise les axes d'amélioration au regard de ses problématiques : gestion des stocks ou du fichier clients, paiement en ligne des produits... Il identifie également les solutions envisageables et permet d'élaborer un plan d'actions adapté au profil et aux moyens de l'entreprise.

La formation continue

En 2017 et 2018, les formations au numérique représentaient le

MA SOLUTION NUMÉRIQUE

Le site ma-solution-numérique.fr, porté par la Région Auvergne-Rhône-Alpes, propose des ressources aux entreprises qui souhaitent passer à l'action et booster leur activité grâce au numérique. Témoignages, réponses aux problématiques, présentation de solutions, parcours de formation en ligne, accompagnements et informations multiples sont gratuitement mis à disposition.

Plus d'informations sur ma-solution-numérique.fr

premier budget du Conseil de la formation, organisme financeur de la formation des artisans en Auvergne-Rhône-Alpes. L'offre de formations des CMA propose aux artisans de démystifier et d'acquérir des compétences, notamment sur l'utilisation des réseaux sociaux, des outils de gestion, la réalisation d'un site web, etc.

Atouts numériques

Cofinancé par la Région Auvergne-Rhône-Alpes et l'Union européenne, le programme Atouts numériques vise à aider les TPE et petites PME de la région à mieux comprendre comment le numérique peut les aider à développer leur activité, à innover ou encore à capter de nouveaux clients. Elles bénéficient d'un suivi personnalisé, de formations ainsi que de rencontres et d'échanges de bonnes pratiques avec d'autres dirigeants. Réalisé par un conseiller de la CMA, cet accompagnement permet à l'artisan de formaliser son besoin,

de définir les contours de son projet, d'en mesurer l'intérêt au regard de sa stratégie et de mener à bien un projet numérique adapté en moins de 6 mois. Il comprend de 7 à 14 heures d'accompagnement individuel pour mettre en œuvre des actions sur une thématique ciblée (telle qu'une première présence sur le web, du référencement, de l'e-réputation...) ou plus complexe (comme la création ou la refonte de sites web, l'intégration d'une solution de logiciel de gestion, de fichier clients). Le conseiller de la CMA aide également le chef d'entreprise à rechercher des prestataires, à analyser les solutions proposées en toute objectivité et à s'approprier l'outil.

En plus de ces différents accompagnements, les CMA proposent d'orienter et d'assister les artisans dans le montage de dossiers de financement pour investir dans le numérique (subventions commerces de proximité, prêt à taux zéro...). ■

En partenariat
avec :



NOUS CONTACTER

Chambre de Métiers et de l'Artisanat



ENTREPRISES & NUMÉRIQUE (ENE)

Créée en 2003, l'association **Entreprises & Numérique (ENE)** guide les TPE et PME dans leurs projets digitaux. Son directeur, Lionel Poinot, nous explique ses missions.

QU'EST-CE QUE L'ENE ?

Il s'agit d'une association qui a pour but la diffusion des usages du numérique dans les petites entreprises. Financée par des fonds du Conseil Régional, de l'Europe et de la métropole de Lyon, l'ENE conçoit l'offre de services proposée aux entreprises pour favoriser leur transition numérique.

QUELLES SONT LES MISSIONS DE L'ENE ?

Nous avons défini trois niveaux de services aux entreprises.

- Le premier, « Comprendre », permet aux chefs d'entreprise d'appréhender ce que le numérique peut apporter à leur activité professionnelle. Il peut s'agir de vidéos de témoignages de dirigeants, d'ateliers pratiques, de guides thématiques... Notre site 12h15.fr est d'ailleurs dédié à la diffusion de ce type d'information sur le numérique.
- Le deuxième niveau, « Agir », propose trois programmes pour se former, concrétiser et réussir son projet. Pour les TPE, « Atouts numériques » est dispensé par les conseillers numériques des CMA formés par l'ENE. Pour les PME, des consultants experts les accompagnent dans leur démarche méthodologique de la transition numérique. Le troisième programme, « Usine numérique régionale », permet d'expérimenter les outils de l'usine du futur avant de réaliser des investissements lourds.
- Le troisième niveau de notre offre de services « Partager » permet d'échanger sur les pratiques et les expériences sur le numérique.

J'invite les artisans à découvrir notre site pour en savoir plus et ne plus hésiter à se lancer dans la transition numérique.