

Les chefs d'entreprises croient aux vertus de la mobilité

Premier constat : un intérêt marqué pour les nouvelles technologies À 97 %, les entrepreneurs sont désormais d'accord pour accorder une place prépondérante aux nouvelles technologies informatiques et télécoms. Ce consensus s'établit surtout autour des avantages qu'ils entendent en retirer, à savoir : – l'amélioration de la qualité de service fourni à la clientèle ; – celle de l'efficacité de chaque collaborateur ; – et la simplification de l'organisation de l'entreprise. Par ailleurs, près d'un tiers des sondés considère désormais que ces technologies ne sont plus l'apanage d'un happy few.

Pour autant, les dirigeants restent lucides et ne vouent pas un culte aveugle aux NTIC. Certes, ils perçoivent ces nouvelles solutions comme autant de facteurs précieux d'amélioration de la performance commerciale et de la rentabilité, mais ils expriment aussi leurs inquiétudes sur trois points que sont : – Leur très rapide obsolescence, avis partagé par 69 % des responsables interrogés ; – Le risque plus ou moins objectivé de déshumanisation des relations pour 44% d'entre eux ; – Et enfin, une part importante des dirigeants tempèrent les gains de rentabilité enregistrés, par une certaine perplexité quand aux temps de formation et de maintenance engendrés pour leur bon fonctionnement (53%). Autant d'éléments que les acteurs de ce marché doivent avoir en tête dans leur communication auprès des entreprises. **Le président a-t-il encore toute sa connaissance ?** Apportant un bémol à cette vision assez idyllique, l'étude révèle que les dirigeants éprouvent une certaine difficulté à trouver leurs repères dans un univers au jargon technique prolix. Ainsi, quand on passe en revue une dizaine de termes techniques les plus fréquemment utilisés pour évoquer les nouvelles solutions au confluent des télécoms et de l'informatique, force est de constater que les chefs d'entreprise sont aujourd'hui un peu dans le flou. Le seul terme réellement connu de tous est l'ADSL. Connus surtout de nom et pour lesquels seul un dirigeant sur trois déclare pouvoir en donner une définition précise : le GPRS, le WiFi, l'UMTS, le PDA, les réseaux Lan, la carte PCMCIA, la voix sur IP. En revanche, couac le plus complet pour le VPN. Dont acte ! **La bande des quatre** Quatre attitudes prévalent vis-à-vis des NT, attitudes déterminant largement les investissements consentis. Ces quatre groupes se positionnent sur deux axes structurant : leur équipement actuel en produits high-tech et leur attitude vis à vis des NTIC. « *Mon entreprise est très à l'écoute des nouvelles technologies et les met toujours en place en avance par rapport au marché* » Au delà de cette posture à laquelle répondent 100% des entreprises de ce type, les techno-advanced se caractérisent principalement par : – Leur très fort intérêt vis à vis des nouvelles technologies pour 78% d'entre eux (versus 24% en moyenne pour les autres types) ; – L'existence au sein de l'entreprise d'un poste focalisé sur la gestion des nouvelles technologies (43% versus 17% pour les autres entreprises) ; – La mise en place d'un système d'information auquel il est possible de se connecter à distance 92% (versus 54%). Par ailleurs, en terme de profil, ces entreprises se trouvent sur-représentées dans le secteur des Services, 43% d'entre-elles exercent leur activité dans ce secteur (versus 25% pour les autres types). Il est remarquable d'observer que ni la taille de l'entreprise, ni l'âge, ni le type d'études réalisées par l'interrogé ne viennent conditionner sa posture à l'égard des nouvelles technologies. En d'autres termes, la proximité vis à vis des nouvelles solutions IT est bien la résultante d'une attitude personnelle vis-à-vis de l'environnement que vient favoriser le fait de travailler -ou non- dans le secteur des Services, et non une question de

génération ou de formation. » *Mon entreprise est à l'écoute des nouvelles technologies mais attend qu'elles aient fait leur preuve avant de les mettre en place* » C'est dans cette posture pragmatique que se reconnaissent le mieux 99% des entreprises de ce type. Si les techno-matures s'intéressent moins aux nouvelles technologies que les techno-advanced, on trouve encore un fort intérêt à hauteur de 46%. Par ailleurs, ces chefs d'entreprise se distinguent des deux autres types moins technophiles sur les points suivants : – Une connexion plus large de leurs salariés à Internet – Un équipement plus large de leurs salariés mobiles¹ en ordinateurs portables (seulement 30% de non équipés versus 43%) ; – Une connexion au SI de l'entreprise pour 63% d'entre elles (versus 54%) Pour autant ce groupe ne se révèle que sensiblement mieux équipé que les techno-rationnels. Et leur maturité vis-à-vis des nouvelles technologies est davantage une posture de discours qu'un comportement plus fortement typé. « *Mon entreprise regarde avec pragmatisme l'évolution des nouvelles technologies et ne s'équipe qu'en cas de réel besoin* » Ce groupe, en réalité très proche des techno-matures en terme d'équipement IT, se distingue par l'affichage d'un discours plus réservé vis-à-vis des nouvelles technologies. Leur attitude se résume par le verbatim d'accroche sur lequel s'accordent 100% des entreprises de ce type, même si cette dialectique a tendance à noircir quelque peu le tableau. Étayant cette analyse plusieurs résultats : – Si les dirigeants de ce type restent encore très nombreux à agréer l'idée que les nouvelles technologies simplifient l'organisation de l'entreprises (77%), force est de constater que ce chiffre est significativement plus bas que la moyenne des autres catégories (89 %) ; – De la même façon ils sont tout de même 24% (versus 7% pour les techno-matures) à penser que les nouvelles technologies « *c'est surtout un poste de dépenses* » -en opposition à « *c'est un moyen pour que vos collaborateurs soient plus efficaces et réactifs* » ; – Enfin on remarquera que seuls 22% d'entre eux se déclarent fortement intéressés par les NTIC contre 48% en moyenne pour les autres types. Toutefois, cette posture de discours ne les conduit pas à un comportement atypique : – Le niveau d'équipement de leurs salariés mobiles en ordinateurs portables, mobiles et PDA est très sensiblement le même que celui des techno-matures ; – Seule la part des salariés n'ayant pas accès à Internet est un peu plus forte, de même que l'absence de solutions permettant aux salariés mobiles d'accéder à distance au SI de l'entreprise, 44% vs 37 % pour les techno-matures. Les techno-distants ne sont pas des technos-réfractaires. Ce qui les distingue des autres types repose davantage sur leur équipement que sur leur attitude vis à vis des nouvelles technologies. Ainsi : – Seules 55% des entreprises de ce type déclarent équiper tous les personnels mobiles de mobile (versus 72% pour les autres types) ; – Et 25 % déclarent n'équiper aucun des ces salariés de mobile alors qu'ils ne sont que 4% parmi les autres types. Même phénomène observé pour l'équipement en PDA des personnels mobiles : seules 5 % des techno-distants déclarent avoir équipés au moins quelques salariés de PDA tandis que ce chiffre est de 32% pour les autres catégories. En toute logique, 64% des entreprises de cette catégorie déclarent n'avoir équipé aucun de leurs salariés mobiles d'ordinateur portable, chiffres à comparer aux 28 % du reste des entreprises. Un constat à mettre en relation avec deux chiffres relatifs aux caractéristiques de la structure informatique de l'entreprise : – 64% des techno-distants n'ont pas mis en place une possibilité de connexion à distance au SI de l'entreprise (versus 29%) – et 19% ne sont pas en réseau (versus 3%) En termes de caractéristiques descriptives, ces entreprises sont sous représentées dans le secteur des services, et 52% d'entre elles n'ont aucun salarié passant plus de 30 % de son temps à l'extérieur de l'entreprise (versus 13% pour les trois autres types) Dans ce contexte général, les solutions data mobiles suscitent un fort niveau d'intérêt, à condition de les faire connaître et de les présenter sous forme d'applications métiers. Quand on illustre par des applications concrètes ce qu'il serait possible de faire avec la Data-mobile, 60 % des dirigeants se

déclarent intéressés par ce type de solutions et 23 % se disent même très intéressés. Parmi le corpus des 14 applications que nous avons exposées aux chefs d'entreprise en leur demandant, dans un premier temps, s'ils pensaient qu'il était aujourd'hui possible d'avoir accès à chacune de ces applications depuis un mobile, puis dans un second temps, si cette application les intéressait, nous distinguons trois grandes familles : – Les applications stars, dont on imagine facilement pouvoir y accéder depuis un mobile et qui suscitent un niveau d'intérêt global supérieur à 2 entreprises sur trois. Au sein de cette famille, on trouve « lire et envoyer des mails », « gérer son agenda et ses contacts », « envoyer des photos par exemple d'un sinistre ou d'un matériel pour la maintenance ». – Les applications prometteuses, dont on imagine moins facilement pouvoir les utiliser depuis un mobile (entre 1 dirigeant sur trois et un sur deux) mais qui suscitent un niveau d'intérêt important (entre 50 et 65% avec 22 à 31% de fort intérêt). Cet ensemble est assez fortement constitué d'applications commerciales : « consulter une fiche client, remonter un compte rendu de visite client », « prendre et transmettre une commande », « consulter les stocks et les délais de livraison », mais aussi « télé-surveiller des locaux des équipements », « bloquer à distance le re-démarrage d'un véhicule volé ». – Les applications spécialisées, dont seulement une entreprise sur trois imagine de pouvoir y accéder depuis un mobile et une entreprise sur cinq manifeste un très fort intérêt. Ces applications sont plus fortement connotées maintenance : « relever des informations à distance sur des équipements », « envoyer un planning à un technicien », « commander des pièces détachées », « localiser des personnels ou des véhicules », mais aussi « accéder aux tableaux de bord de l'entreprise ». Une part importante des chefs d'entreprise manifestent un besoin d'information vis-à-vis de la data-mobile, registre sur lequel les opérateurs apparaissent comme une source naturelle. Avant toute chose, il est particulièrement intéressant de noter que mis à part les techno-distants, l'ensemble des trois autres catégories révèlent des niveaux d'intérêt assez proches vis à vis de la data-mobile sur chacune des applications, signe qu'une communication moins technique et plus « client-oriented » est indispensable pour permettre une diffusion plus rapide des NTIC au sein des entreprises. Par ailleurs, 43% des entreprises se déclarent aujourd'hui insuffisamment informées sur les possibilités offertes par la data-mobile, signalant ainsi un certain niveau d'attente sur le sujet. Pour répondre à leurs questions, mais surtout pour les informer, sur le développement en matière de solution de transfert de données via le réseau mobile, l'interlocuteur naturel est en premier lieu incarné par les opérateurs de téléphonie mobile (52%) suivi des SSII (29%) puis des revendeurs ou intégrateurs informatiques (24%). Bien répondre à leur demande consistera donc à se dépareiller du jargon technique pour adopter un langage orienté besoins-client et solutions, mais aussi à prendre en compte les difficultés exprimées par les entreprises à l'adoption de telles solutions : – Les coûts perçus comme élevés : 63% – La sécurisation des données transmises : 54% – La complexité de la mise en oeuvre de telles solutions : 49% – Le niveau de performance de ses solutions : 38% – Le niveau de couverture du réseau mobile : 35% – La fiabilité de ces solutions : 34%

Joëlle & Michel Rousseau