

## **Solutions métiers et outils numériques : les entreprises sont-elles prêtes pour l'ère post-Covid ?**

*Par François Bouchery, Directeur Conseil & Delivery Digital Experience chez Umanis*



La distanciation imposée par la crise sanitaire du Covid-19 renforce d'autant plus le besoin de proximité des entreprises avec leurs clients et leurs collaborateurs. Que ce soit en matière de vente, de marketing ou de ressources humaines, c'est par l'utilisation des outils numériques qu'elles peuvent mieux connaître leurs cibles et maintenir le contact. Dès lors, comment s'inscrire dans cette tendance qui a toutes les chances de s'accroître ?

### **2020, l'année de l'accélération des usages numériques**

Ce n'est pas un scoop ni une surprise, les entreprises qui avaient le plus d'avance dans leur transformation numérique avant le confinement sont celles qui résistent le mieux à la situation précaire actuelle, avec les contraintes que l'on connaît. Qu'il s'agisse des relations externes (les clients et les fournisseurs) ou des relations internes de l'entreprise étendue (les collaborateurs, sous-traitants et free-lances), la digitalisation des processus et l'utilisation d'outils adaptés au travail à distance ont constitué la formule gagnante de ces derniers mois.

Logiquement bousculées par les événements, les entreprises se sont précipitées massivement vers les solutions en SaaS prêtes à l'emploi, malgré leurs faibles marges de personnalisation. En acceptant cette standardisation des outils et des processus pour des intérêts opérationnels concrets, les entreprises ont gagné des années de maturité sur l'utilisation des technologies dans le cloud, en seulement quelques mois. Notamment pour les outils collaboratifs.

Alors que ces nouvelles façons de travailler peinaient à emporter l'adhésion des collaborateurs, la crise a eu un effet accélérateur instaurant une nouvelle légitimité à engager des coûts d'abonnements, puisque désormais ces nouveaux outils sont réellement utilisés par tous. Non seulement en interne, mais aussi à l'externe avec l'exemple des clients et partenaires qui ont plus facilement donné accès à leurs serveurs documentaires.

Confrontés à une situation inédite, clients et fournisseurs ont en effet dû aller à l'essentiel et la distance imposée les a progressivement et paradoxalement rapprochés grâce à une simplification des processus et une communication plus transparente.

### **La technologie au service du rapprochement humain**

Pour autant, afin de faire face à la baisse soudaine de leurs recettes, les entreprises contraintes par une rigueur budgétaire imprévue ont dû stopper net certains projets IT et numériques, souvent innovants mais jugés peu prioritaires. L'urgence a primé et ce sont les solutions créant du lien qui ont vu leurs investissements se maintenir, voire accélérer pour les retardataires.

C'est ainsi le cas pour les métiers du marketing et de la vente qui ont été obligés de s'adapter en faisant évoluer leurs modèles de connaissance client avec des données plus fines et contextualisées. Par la force des choses, les deux métiers ont drastiquement fait progresser leurs synergies pour gagner en agilité organisationnelle et exploiter intelligemment leurs outils et leurs données respectives.

Même constat entre collaborateurs où la distanciation a engendré une surréaction : les équipes et les managers ont finalement davantage dialogué qu'avant, en vue de conserver une proximité dans un contexte de télétravail généralisé. On a beaucoup parlé du succès des outils de visioconférence comme Zoom ou Teams, mais c'est tout l'écosystème des solutions RH qui a profité d'un boom, qu'il s'agisse des SIRH pour gérer une masse salariale devenue mouvante ou encore des outils d'e-learning pour la formation. Sans oublier l'utilisation des réseaux sociaux, sortie forcément renforcée de nombreuses semaines d'isolement.

Une tendance de fond qui n'en est toutefois qu'à sa première étape, celle de l'essentiel opérationnel. A moins d'un retour en arrière dans les usages, ce qui est possible si le télétravail reste freiné par des réticences tenaces, c'est l'étape d'après, celle de l'envie et non de l'obligation, qui fera réellement décoller l'utilisation des solutions collaboratives. C'est quand elles seront entrées dans les mœurs que l'on fera vivre de véritables communautés et que les outils aideront à accomplir la difficile tâche de véhiculer les valeurs de l'entreprise.

### **Synthétiser objectifs business, sens des actions et valeurs de l'entreprise**

Contrairement à une crise économique-financière « classique », la crise sanitaire a engendré pour les entreprises un véritable bouleversement dans la manière d'appréhender leur environnement. Les priorités d'investissement ont été revues pour se concentrer sur le nécessaire, là où le ROI est prouvé, réduisant ainsi naturellement les prises de risque.

Après déjà plus de 6 mois de crise derrière nous, les objectifs métiers sont clairs : maintenir le contact avec son écosystème et lui donner de la visibilité sur les démarches mises en œuvre. Affirmer le sens des actions prises par l'entreprise ainsi que ses valeurs est en effet devenu une composante à l'importance encore plus forte aujourd'hui.

L'une des clés du succès sera ainsi de trouver le bon compromis entre les objectifs de l'entreprise et les enjeux majeurs autour de la protection de l'individu. Côté RH, ce sera par exemple entre le télétravail pour l'équilibre de vie des collaborateurs et la présence sur site pour l'esprit de groupe. Côté business, ce sera allier ciblage fin, segmentation et géolocalisation des clients pour adapter les actions localement, avec la nécessité évidente de la sécurisation des données et du respect du RGPD.

Des enjeux à fort impact qui demandent du temps. Comme il en manque toujours, ce sont une fois encore les outils numériques qui permettront d'industrialiser des processus auparavant opérés à la main, et ainsi de rester en phase avec les réalités économiques de l'entreprise.

### **Agir vite aujourd'hui et s'outiller pour préparer demain**

La période que nous vivons est difficile et complexe mais elle est aussi une véritable occasion d'expérimenter ce qui fonctionne ou pas. L'action est impérative et l'attentisme mène à la faillite,

c'est donc le moment d'adopter une approche par opportunisme avec des actions aux risques limitées où l'on va pouvoir mesurer un ROI dans des délais très courts.

Qu'il s'agisse d'un nouveau logiciel d'emailing, de tableaux de bord indiquant l'impact du Covid-19 sur l'activité et les clients, ou une IA qui aide à piloter les ressources humaines et la mobilité interne des collaborateurs, les outils se testent aujourd'hui directement dans le réel sans passer par la case POC, et se révèlent rapidement indispensables ou non.

Mais afin que cela devienne réalisable, la qualité de la donnée récoltée joue un rôle capital pour le pilotage et la prise de décision. Dans le cadre de la crise du Covid par exemple, l'activité partielle, le volume de personnes en télétravail ou l'achat de gel et de masques, tout cela nécessite autant de données disparates qu'il faut savoir gérer pour obtenir des indicateurs concrets.

Savoir agir à court terme s'impose donc pour éviter la banqueroute ou limiter les licenciements selon les situations, mais la vision à plus longue échéance ne peut pas être mise de côté pour autant si l'on ne souhaite pas finir dans une impasse.

L'entreprise a plus que jamais besoin d'aller dans une direction qui a du sens pour elle-même, en accord avec ses valeurs, pour ses collaborateurs et pour la société en général. Garantir une égalité femmes-hommes, mettre en place une politique zéro-papier ou se préoccuper des aspirations individuelles de chaque salarié sont autant d'objectifs louables mais qui ne sont réalisables à grande échelle qu'avec l'aide de solutions métiers et d'outils numériques.

Car l'intention et les discours ne sont jamais rien d'autre qu'un point de départ, la partie la plus déterminante restera toujours la mise en application des idées.

## **A propos d'Umanis**

*Créée en 1990, Umanis ([www.umanis.com](http://www.umanis.com)) est le leader français en data, digital et solutions métiers. 3000 passionnés de nouvelles technologies sont à votre service pour accélérer la transformation de vos business en exploitant vos données. Plus de 70% de nos prestations sont à engagement, en mode forfaitaire ou en centres de services onshore et nearshore, au plus proche de nos clients. De nombreuses entreprises pour qui l'innovation est stratégique nous font confiance et nous collaborons avec les meilleurs éditeurs. Umanis est le partenaire de toutes les entreprises Data-Driven. Depuis le 5 février 2014, Umanis est cotée sur le marché Euronext Growth (code ISIN : FR0013263878 – code mnémonique : ALUMS).*

Retrouvez Umanis sur :

 <https://www.umanis.com>

 [http://twitter.com/umanis\\_on\\_air](http://twitter.com/umanis_on_air)

 [p://www.linkedin.com/company/umanis](https://www.linkedin.com/company/umanis)

## **Contact Presse**



**MMRP**

Mathieu Micout

06.51.76.43.27

[mathieu.micout@mm-rp.com](mailto:mathieu.micout@mm-rp.com)

Twitter : @MathieuMicout