
LABEL PERFORMANCE STRATEGIQUE

Informations générales

SIRET

78850394400019

Responsable(s)

M. Jean-Marc RIBAILLIER, Président

Adresse

ZA de la Plaine - 6 impasse René Couzinet

31500

Toulouse

France

Tél

0652386922

<http://www.wikane.com>

contact@lpstoulouse.fr

Présentation

Activité détaillée

La digitalisation n'est pas un projet interne de plus, elle est un vrai changement de paradigme qui impacte transversalement et durablement tous les compartiments de l'entreprise.

Elle a une particularité c'est qu'elle crée une modification profonde de l'entreprise dans un temps court, temps court qu'elle n'a jamais expérimenté.

La digitalisation doit donc être maîtrisée afin que l'entreprise reste maître de son destin.

Pour cela elle devra :

- Faire la différence entre la digitalisation de son organisation et l'intégration du numérique dans sa démarche de développement car le modèle de développement de l'entreprise ne doit pas dépendre du modèle organisationnel,
- Intégrer le fait que le web est sans filtre et à une mémoire longue, que donc les erreurs de discours ou de positionnement ne seront pas sans conséquences dans le temps s'ils sont relayés sans aucune maîtrise,
- Noter que les grands principes de l'action commerciale s'appliquent aussi à la stratégie digitale,
- Ne pas croire que les contacts entrants, du fait d'une plus large diffusion des messages, remplaceront la qualité des clients acquis par des actions ciblées. Vendre c'est conclure, pas accumuler des « vues », des « like », ou autres « followers » ,
- Se souvenir qu'il n'y a pas de développement sain sans création de valeur. Chaque mutation profonde crée le pire et le meilleur. Entre l'économie du partage qui crée de nouveaux services et donc de la valeur et l'intermédiation qui détruit ou déplace la valeur il y a une grande différence : la création d'emplois à forte valeur ajoutée plutôt que précarisés,
- Se rappeler qu'en période de changements économiques profonds et rapides rien n'est plus important que d'avoir aux commandes un patron aligné sur ses finalités profondes, qui sait d'où il vient, où il va et ce que son entreprise doit devenir.

La digitalisation à ceci de singulier qu'elle impacte toutes les fonctions de l'entreprise : l'innovation, les RH, l'organisation, ...

Intégrer le digital dans sa démarche de développement imposera donc de prendre en compte, pour chaque action envisagée, le caractère systémique de son influence dans tous les compartiments du jeu.

Digitaliser une démarche de développement permet d'aller plus vite donc de gagner du temps. Mais la puissance et la vitesse ont leur corollaire : plus on va vite plus les conséquences de la sortie de route sont importantes, il faut donc un pilote dans l'avion.

Et puis les outils ne font pas une politique et nous veillons sur chaque dossier à distinguer avec précision ce qui relèvera du digital de ce qui relèvera des approches plus classiques.

Comme toujours ce qui fait le succès d'une démarche de développement c'est le juste mix de toute une série d'actions entreprises et d'outils utilisés car tout concourt à l'efficacité commerciale.

La digitalisation du développement est une chance, voire une opportunité pour les conquérants mais elle gagne à être confiée à des experts pour ne pas se réveiller un jour avec la « gueule de bois ».

Wikane en a fait l'une de ses spécialités.