

- Enquête Digital Marketing One to One - Transformation numérique et mise en œuvre, Où en sont les entreprises ?

Ce n'est plus la question de la nécessité de la transformation numérique qui se pose mais celle de sa mise en œuvre. Elle concerne tous les secteurs et toutes les fonctions, les technologies, les usages et les modes de collaborations. C'est ce qui fait sa complexité, et la réalité est que la majorité des entreprises n'ont pas encore pris la mesure de cette transformation.

Digital Marketing One to One, l'événement incontournable pour tous les professionnels du secteur qui se déroulera du 4 au 5 juin 2015, a sondé un panel de décideurs marketing pour connaître les freins et moteurs que ces derniers peuvent rencontrer au sein de leurs entreprises.

Retour sur les résultats.

IDENTIFICATION DES MOTEURS ET DES FREINS

Pour 82% des répondants, le client final est le moteur principal à la digitalisation de l'entreprise. Par ailleurs, 65% des sondés pensent qu'il s'agit de la volonté du head management.

De façon logique, les freins liés aux outils (57%), aux hommes (54%) et à la compréhension des usages (46%) sont majoritaires. Il s'agit là d'un triptyque révélateur de la complexité de la digitalisation d'une entreprise. De plus, si l'on compare le fait que la volonté du head management n'arrive qu'en troisième position des moteurs pour les répondants, cela démontre qu'il y a encore un réel travail à faire sur la compréhension des enjeux pour les directions d'entreprise.

De même, une réflexion se doit d'être posée concernant la politique de recrutement et de formation. En effet, la digitalisation passe également par la connaissance, celle des outils disponibles mais aussi de la stratégie décidée. On remarque d'ailleurs que pour 36% des sondés, la politique de formation est un des freins et que les modes de collaboration sont perçus de la même manière pour 38% d'entre eux.

ELEMENTS DECISIFS

Pour 63% des répondants, une stratégie formalisée reste l'élément décisif pour la digitalisation d'une entreprise, suivi de près par un leadership identifié pour 60% des interrogés. Cela marque clairement que les équipes ont besoin de faits concrets et d'un management dédié pour ce genre d'opération.

Mais quels sont les éléments déjà mis en place ? Les piliers principaux, mis en place dans les entreprises de 60% des répondants, sont : un leadership identifié et un travail collaboratif avec des experts/fournisseurs/start-up plus avancées.

A noter que moins de la moitié des entreprises ont une ligne budgétaire identifiée, l'accélération des mutations ont contraint les entreprises à s'adapter, mais sont-elles prêtes à investir ?

Ce qu'il est important de retenir au travers de cette étude, c'est qu'un head management clairement identifié, couplé à des politiques de recrutement, de formation et une stratégie définie restent les éléments décisifs pour la réussite d'un virage digitale au sein des entreprises. Même si la nécessité d'une telle stratégie ne se pose plus, il reste cependant des efforts à fournir en termes d'informations, de formation et d'investissement.

Méthodologie

Sondage GoudLink/MRCC auprès de décideurs en matière de marketing digital au sein de leur entreprise. Des décideurs experts identifiés comme participants potentiels à Digital Marketing One to One et donc impliqué dans le digital. Les résultats de cette étude est fondée sur une base de 120 répondants entre le 19 et le 28 mai 2015.

A propos Digital Marketing One to One Biarritz:

Véritable concentré actif de solutions digitales, Digital Marketing One to One est l'événement incontournable des leaders du secteur. Ainsi, durant deux jours, les grands décideurs, DG, Directeurs Marketing, Communication, de la Marque, du Digital, du CRM, Chief data officers viennent échanger, partager des expériences ou découvrir des nouvelles tendances. Il s'agit du rendez-vous de l'année mêlant inspiration, business et networking pour toute une profession.

Durant l'événement, les grands enjeux du digital sont placés au cœur des débats avec 5 plénières, 36 ateliers et plus de 800 rendez-vous one to one où des experts apportent des réponses personnalisées, à des problématiques du moment.

www.digital-marketing-1to1.com/

A propos de Comexposium :

COMEXPOSIUM, l'un des leaders européens de l'organisation d'événements, est impliqué dans 114 manifestations grand public et professionnelles, couvrant 17 secteurs d'activité. Le Groupe accueille chaque année 38 000 exposants dont 40% d'internationaux et 3,5 millions de visiteurs dont 350 000 visiteurs étrangers.

Comexposium organise 5 des 10 plus gros événements français : SIAL, Intermat, Salon International de l'Agriculture, SIMA, Foire de Paris.

www.comexposium.com

Contacts presse :

Agence OXYGEN

Alexia Mercier – 06 11 18 28 18

Audrey Da Silva Cardoso – 06 58 22 17 40

Angélique De Barros – 06 50 78 79 43

onetoone@oxygen-rp.com