

Observatoire du commerce Maturité numérique des commerçants

En bref



Quel degré de maturité numérique chez les commerçants normands ?

ENTREPRISES

275 diagnostics de maturité numérique réalisés auprès des commerçants

MATURITÉ NUMÉRIQUE

58 % sont en « retard numérique » et **34 %** sont en démarrage

PRÉSENCE EN LIGNE

81 % des dirigeants déclarent être présents en ligne

et dans **54 %** des cas via les réseaux sociaux

Seuls **8 %** réalisent plus de 10 % de leur **chiffre d'affaires en ligne**

PLAN D'ACTION

49 % des dirigeants ont **concrétisé au moins une action dans les 3 mois** suivant le diagnostic

SATISFACTION

90 % des dirigeants **recommandent le dispositif des CCI** à leurs confrères



CCI OBSERVATOIRES DU COMMERCE

Table des matières

ACCOMPAGNEMENT À LA NUMÉRISATION DES ENTREPRISES	3
Le contexte et la typologie des entreprises diagnostiquées	3
La démarche et la méthode de scoring	4
Un degré de maturité numérique qui diffère selon les entreprises	5
DIAGNOSTIC FLASH	6
Une présence sur les réseaux sociaux pour promouvoir l'offre	6
Un chiffre d'affaires généré par les ventes en ligne qui reste faible	7
Un usage au quotidien du numérique dans la gestion de l'entreprise ?	7
QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE	8
Thématique # 1 : La transformation de l'offre	8
Thématique # 2 : Le fonctionnement interne	13
Thématique # 3 : Les Ressources Humaines	16
Thématique # 4 : La DATA	17
Thématique # 5 : Les projets numériques	19
BILAN 3 MOIS APRÈS LE DIAGNOSTIC DE MATURITÉ NUMÉRIQUE	20
Un déploiement rapide du plan d'action	20
ÉVALUATION DU DISPOSITIF	21
Un dispositif largement approuvé et recommandé	21
NOTES	22

ACCOMPAGNEMENT À LA NUMÉRISATION DES ENTREPRISES

Le contexte et la typologie des entreprises diagnostiquées

La crise sanitaire de la Covid-19 a renforcé l'urgence pour les entreprises à développer leurs capacités de rebond, notamment par la transformation numérique. Les CCI ont donc décidé de mettre en place des actions ciblées de soutien des TPE-PME à la transformation numérique.

Cet objectif est également inscrit dans le plan de relance annoncé par le Gouvernement le 29 juin 2020, post-crise sanitaire, en faveur du commerce de proximité, de l'artisanat et des indépendants. Dans ce cadre, l'Etat via France Num a apporté son soutien à l'action des CCI, grâce à une convention signée le 20 novembre 2020.

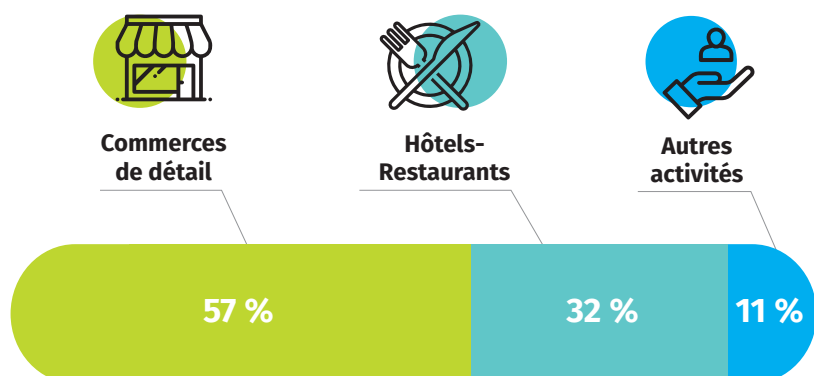
La convention prévoit la réalisation d'un programme national en faveur de 5 000 commerçants et indépendants ressortissants des CCI : il s'agit de mesurer la maturité numérique de ces derniers et les inciter, via un plan d'actions personnalisé, à intégrer le numérique dans leur quotidien.

L'opération menée du 20 novembre 2020 au 20 mars 2021 a permis d'accompagner 5 000 entreprises de secteurs d'activité diversifiés, prioritairement les activités de proximité qui ont connu une fermeture administrative du fait de la crise sanitaire. En Normandie, les diagnostics ont été réalisés auprès de 275 entreprises ¹, ².

Graphique 1

Typologie des entreprises selon leur secteur d'activité

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



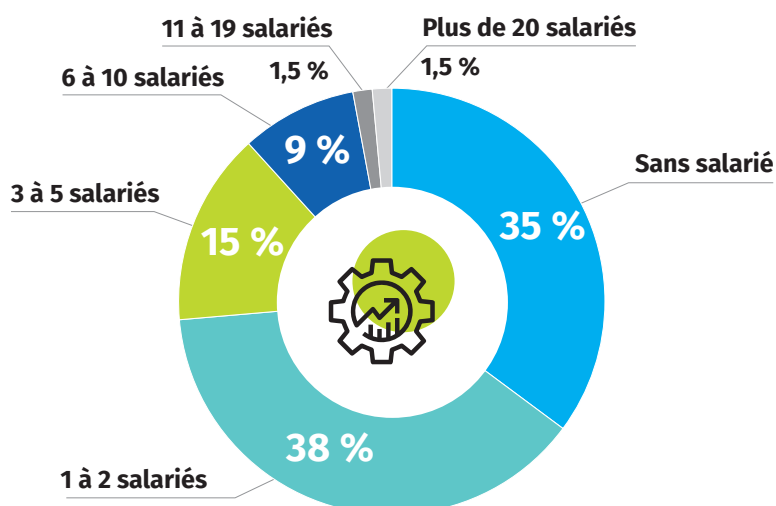
NOTE MÉTHODOLOGIQUE

- Les commerces de détail comprennent principalement les activités concernées par les fermetures administratives (équipements de la personne, culture et loisirs, équipements de la maison...)
- Les hôtels-restaurants comprennent les activités d'hébergement et de restauration.
- Les « autres services » comprennent des activités de services aux particuliers et aux entreprises et, dans une moindre mesure, quelques entreprises industrielles.

Graphique 2

Typologie des entreprises selon leur taille

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



À RETENIR

275

Diagnosics de maturité numérique réalisés en Normandie





ACCOMPAGNEMENT À LA NUMÉRISATION DES ENTREPRISES

La démarche et la méthode de scoring

Digipilote, la plateforme de pilotage de transformation numérique de l'entreprise, outil conçu et développé par CCI France a été retenu dans le cadre de cette démarche de diagnostic numérique des entreprises.



Digipilote, déployé dans l'ensemble du réseau des CCI, permet de mener des diagnostics online, de façon simple et partagée avec l'entreprise, pour s'adapter à la disponibilité des chefs d'entreprise.

Digipilote calcule automatiquement un « score » de maturité numérique, qui place l'entreprise en fonction de son score dans chaque thématique du diagnostic.

Le questionnaire de maturité se répartit en 5 thématiques et 10 sujets **3**.

Pour chaque question, 4 niveaux de maturité sont possibles. A cela, s'ajoute un niveau indiquant que cette question est totalement inconnue auprès du chef d'entreprise (entreprise non familiarisée ou ne sachant pas répondre).

Un niveau « question non pertinente pour l'entreprise » complète les options de réponse lorsqu'une question ne concerne pas l'entreprise en fonction de sa taille ou de son activité. Ce niveau est écarté dans le calcul du score.

Selon les réponses formulées, des leviers d'action sont proposés au dirigeant pour accélérer la transformation numérique de son entreprise.

Par ailleurs, les entreprises peuvent être classées en 4 catégories de maturité numérique selon les scores obtenus **4**.

Graphique **3**

Structure du questionnaire de maturité numérique

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

Thématique # 1 : La transformation de l'offre

- Présence en ligne
- Webmarketing et promotion de l'offre
- Voix du client (fidélisation, avis...)
- Expérience client

Thématique # 2 : Le fonctionnement interne

- Équipements et usages
- Dématérialisation

Thématique # 3 : Les Ressources Humaines

- Compétences et formation

Thématique # 4 : La DATA

- Sécurisation des données
- Sécurité et conformité

Thématique # 3 : Les projets numériques

- Stratégie numérique

Graphique **4**

Catégories de maturité numérique

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



À RETENIR

26

questions posées à chaque dirigeant d'entreprise diagnostiquée



ACCOMPAGNEMENT À LA NUMÉRISATION DES ENTREPRISES

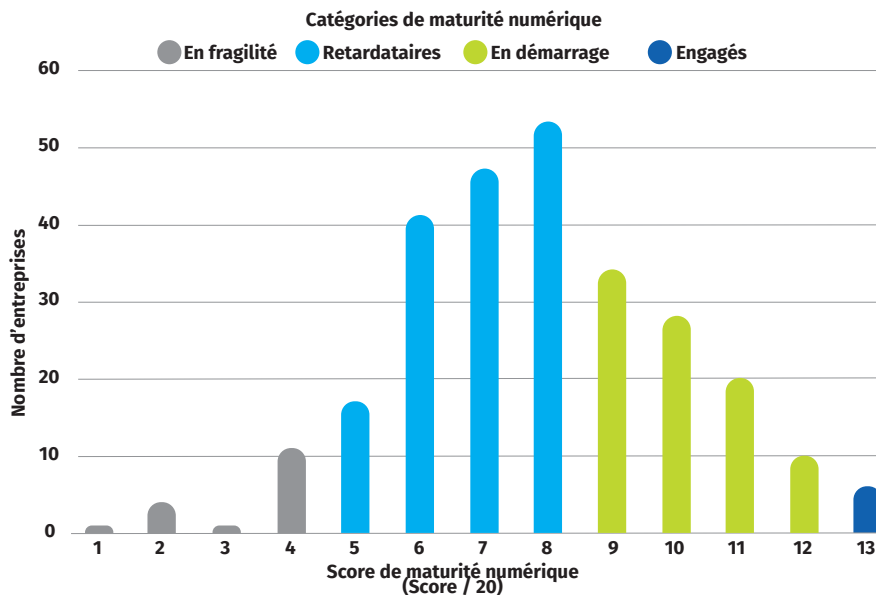
Un degré de maturité numérique qui diffère selon les entreprises

Une grande majorité des entreprises normandes diagnostiquées ont un niveau de maturité moyennement bas. Même si 58 % font état d'un « retard numérique », un tiers d'entre elles est très proche d'entrer en phase de « démarrage ».

Graphique 5

Analyse de la maturité numérique des entreprises

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Le score moyen, toutes tailles confondues, est de 8,3 /20 en Normandie 5. C'est un score légèrement inférieur à la moyenne nationale (8,9 /20 sur la base de 5 000 entreprises diagnostiquées).

58 % des entreprises interrogées sont « en retard numérique » 6, soit 15 points de plus que la tendance nationale. Parmi ces

dernières, un tiers obtient le score de 8/20 et est donc proche d'entrer en phase de « démarrage ».

6 % sont « en fragilité numérique » soit 2 points de plus qu'au niveau national.

Ces 2 types d'entreprises auront très probablement des difficultés à générer et développer du chiffre d'affaires à partir d'activités

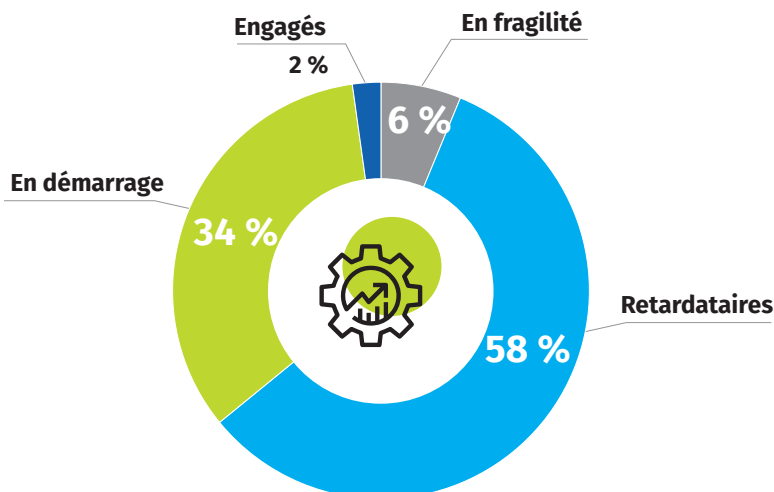
numériques si les efforts de transformation ne sont pas soutenus.

34 % des entreprises sont « en démarrage » (- 9 points par rapport à la moyenne nationale) et seules 2 % sont « engagées » (- 8 points). Cet amorçage demeure fragile car les scores restent faibles.

Graphique 6

Typologie des entreprises selon la catégorie de maturité numérique

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



À RETENIR

8,3/20

Score moyen des entreprises normandes

(moyenne nationale = 8,9/20)





DIAGNOSTIC FLASH

Une présence sur les réseaux sociaux pour promouvoir l'offre

En amont du diagnostic de maturité numérique, plusieurs questions ont été posées aux entreprises pour dresser un premier état des lieux de leur numérisation.

Plus de 8 entreprises sur 10 diagnostiquées, déclarent être déjà présente en ligne ⁷.

En effet, sur les 275 entreprises, 81 % ont une visibilité sur internet, que ce soit à vocation commerciale ou simplement pour présenter et

mettre en avant leurs produits, sans moyen d'achat.

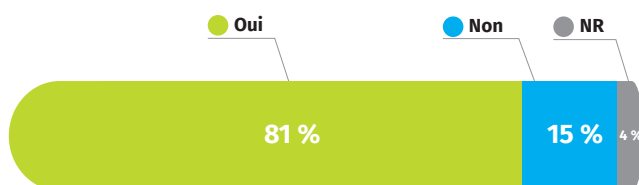

Sur la base des 223 entreprises dotées d'une boutique en ligne (avec ou sans possibilité d'achat), plus d'un chef d'entreprise sur deux privilégie les réseaux sociaux

pour afficher sa boutique (54 %) ⁸ 36 % des entreprises concernées, intègrent leur boutique directement sur le site internet du magasin. Le recours à une market place ou un site partenaire apparait minoritaire et ne concerne que 9 % des répondants.

Graphique 7

Votre boutique est-elle présente en ligne ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

ZOOM CHR

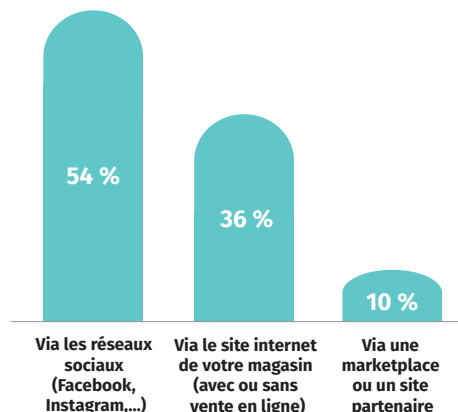
82 %
des hôtels-restaurants ont une présence en ligne

55 %
via les réseaux sociaux

Graphique 8

Si votre boutique est présente en ligne, l'est-elle :

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



L'usage des différentes plateformes semble être lié à la taille de l'entreprise. Si les entreprises de petites tailles (moins de 10 salariés) sont proportionnellement plus nombreuses à déclarer être visible en ligne, celles de moins de 5 salariés déclarent utiliser majoritairement les réseaux sociaux pour communiquer sur leur offre de produits et/ou services.

Les entreprises de 6 à 20 salariés optent davantage pour le site internet du magasin. C'est également le canal utilisé pour la moitié des entreprises de plus de 20 salariés. Pour ces dernières, une entreprise sur 4 se retrouve également sur une market place ou un site partenaire.

Les objectifs finaux des entreprises présentes en ligne varient selon le canal utilisé. 71 % des entreprises présentes sur les réseaux sociaux ne réalisent pas de ventes en ligne. Ces plateformes font davantage office de vitrine et de promotion de l'offre de produits et/ou services.

En revanche, pour les entreprises ayant une boutique sur le site du magasin ou présentes sur une market place, 57 % d'entre-elles réalisent des ventes en ligne. Le chiffre d'affaires généré par ces ventes en ligne demeure marginal par rapport au chiffre d'affaires global (moins de 10 %) pour une majorité d'entreprises.

À RETENIR

81 %
des commerces de détail ont une présence en ligne



DIAGNOSTIC FLASH

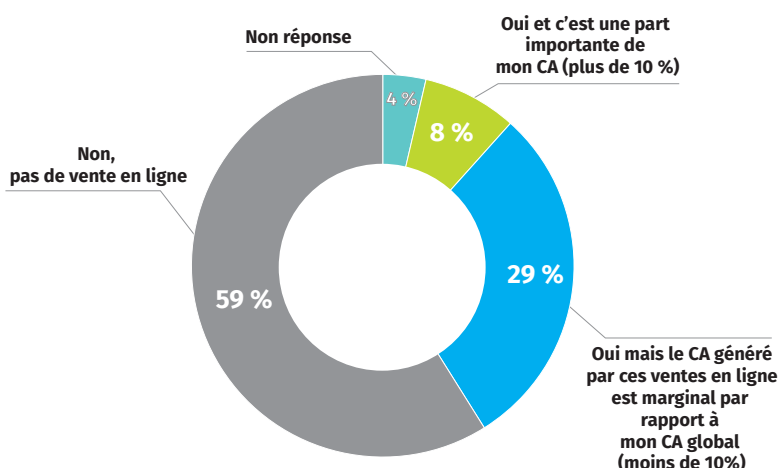
Un chiffre d'affaires généré par les ventes en ligne qui reste faible

L'accompagnement des commerces apparaît comme une nécessité pour trouver les bons leviers d'action et ainsi développer et faire progresser le chiffre d'affaires réalisé en ligne.

Graphique 9

Réalisez-vous des ventes en ligne ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Sur l'ensemble des 275 entreprises diagnostiquées, 59 % ne réalisent pas de vente en ligne 9. A l'inverse, 37 % réalisent des ventes.

Pour 8 % d'entre elles, le volume des ventes en ligne représente une part importante de leur chiffre d'affaires (plus de 10 % de leur chiffre d'affaires global). Ce constat est principalement partagé par les activités hôtelières ainsi que celles liées à la culture et aux loisirs.

Enfin, le chiffre d'affaires généré en ligne reste marginal (moins de 10 %) pour 29 % des entreprises. Pour celles-ci, il sera nécessaire de trouver de nouveaux leviers pour faire progresser les ventes en ligne.

Un usage au quotidien du numérique dans la gestion de l'entreprise ?

Graphique 10

Utilisez-vous le numérique dans la gestion quotidienne de votre entreprise ?

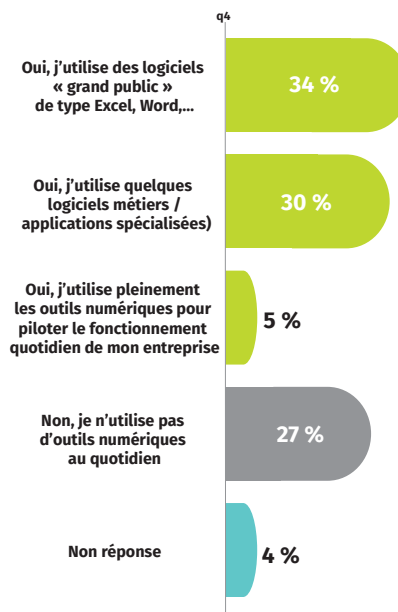
Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

Interrogés sur l'usage du numérique dans la gestion quotidienne de leur entreprise, plus d'un quart des dirigeants déclarent réaliser leur activité sans outil numérique 10. Cela concerne davantage les entreprises de petites tailles, notamment celles sans salarié. En revanche, ils sont 69 % à utiliser le numérique au quotidien dans leur entreprises.

Dans le détail, 34 % des entreprises utilisent principalement des logiciels « grand public » de type tableur ou traitement de texte. L'usage de ces outils s'observe davantage dans les entreprises de petites tailles.

30 % utilisent quelques logiciels métiers et applications spécialisées. Il s'agit principalement de logiciels pour réaliser les paies des salariés, suivre la relation client (CRM) ou encore pour gérer les approvisionnements. Plus la taille de l'entreprise est grande, plus l'usage de ces outils est élevé.

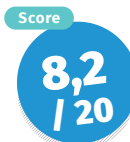
Enfin, 5 % utilisent pleinement les outils numériques pour piloter le fonctionnement quotidien de leur activité. Cette catégorie concentre un quart des entreprises de plus de 20 salariés.



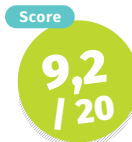


QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

Thématique # 1 : La transformation de l'offre



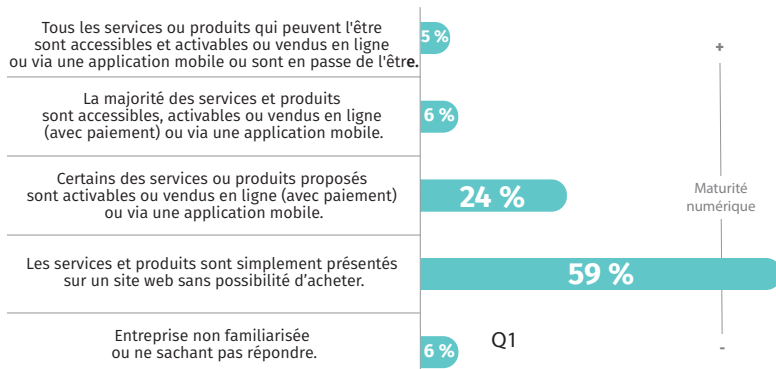
→ Présence en ligne



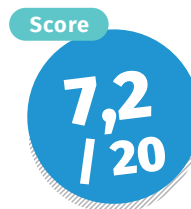
Question 1

Vos produits et services sont-ils visibles en ligne (web, réseaux sociaux, applications, sites tiers, place de marché) ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



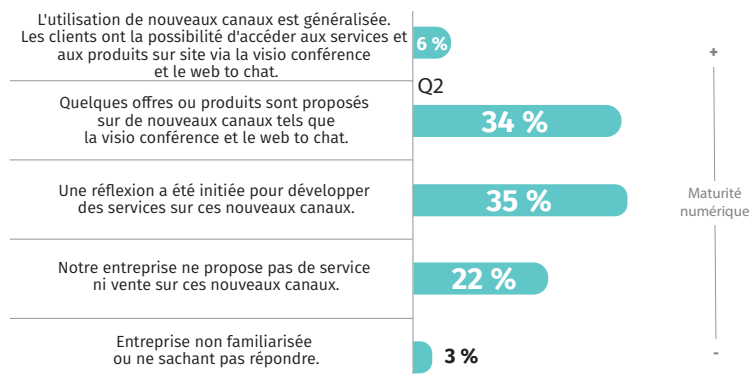
Question posée à :
265 entreprises.



Question 2

Proposez-vous à vos clients des moyens digitaux pour communiquer et offrir vos services (visio conférence, web to chat, facebook, instagram, Click and collect) ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



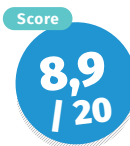
Question posée à :
265 entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées

QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

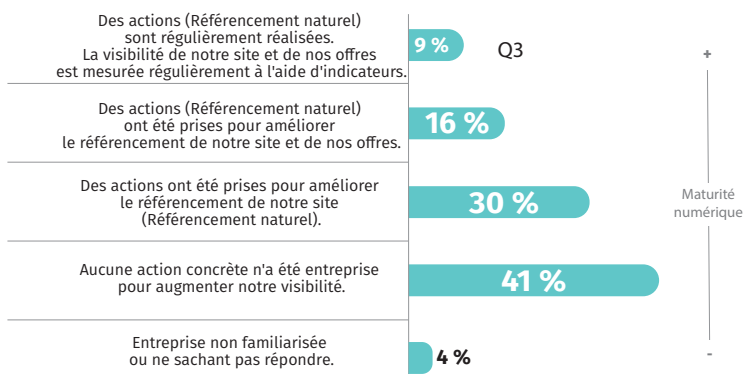
→ Webmarketing et promotion de l'offre



Question 3

Menez-vous des actions pour augmenter votre visibilité sur le Web ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



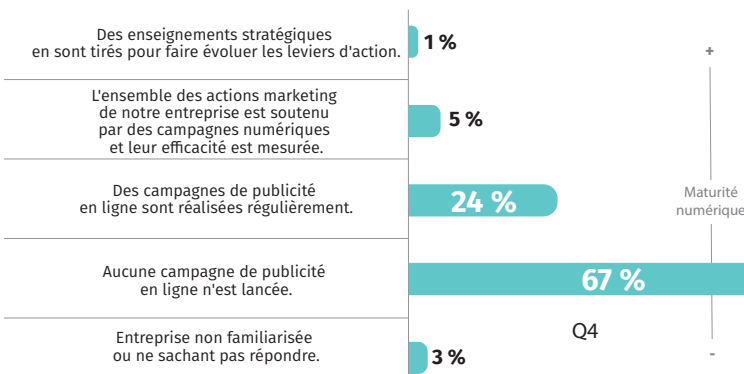
Question posée à : 260 entreprises.



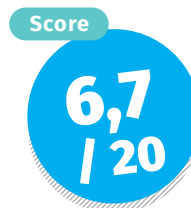
Question 4

Avez-vous lancé des campagnes de publicité en ligne ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 270 entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées



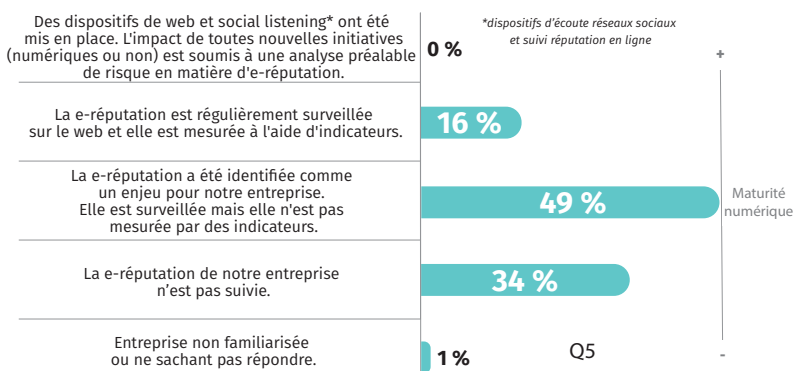
QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

→ Webmarketing et promotion de l'offre (suite)

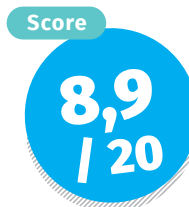
Question 5

Comment votre entreprise gère-t-elle sa e-réputation ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



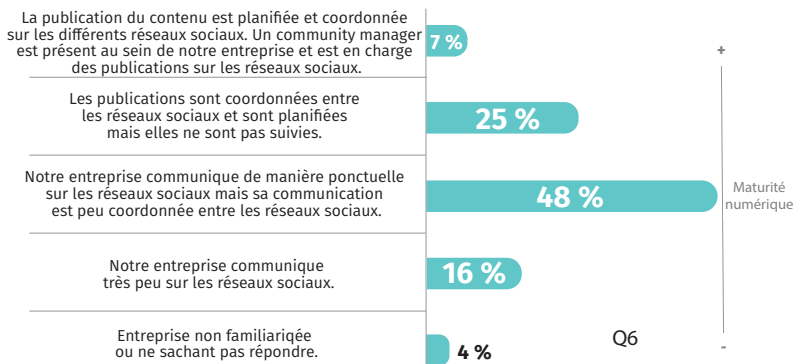
Question posée à : 271 entreprises.



Question 6

Comment votre entreprise publie-t-elle sur les réseaux sociaux ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 271 entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées

QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

→ **Voix du client** (fidélisation, avis)

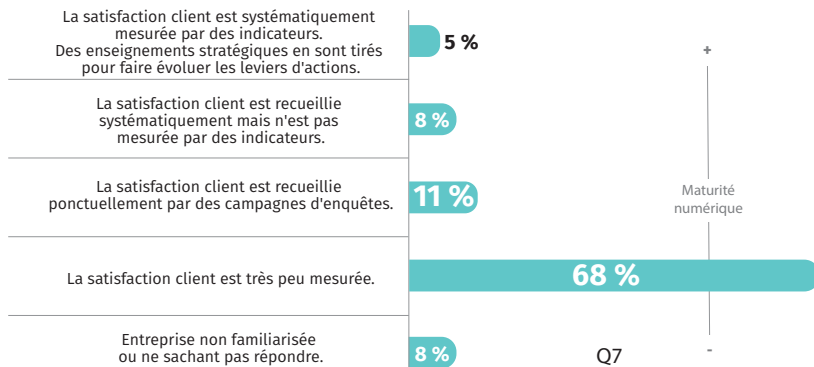
Score

6,8 / 20

Question 7

Comment est mesurée la satisfaction des clients en ligne ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 256 entreprises.

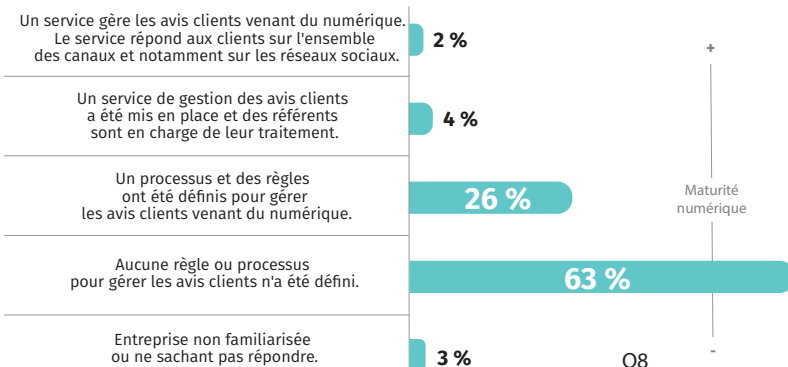
Score

6,7 / 20

Question 8

Comment l'entreprise gère et collecte les avis clients en ligne ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 272 entreprises.

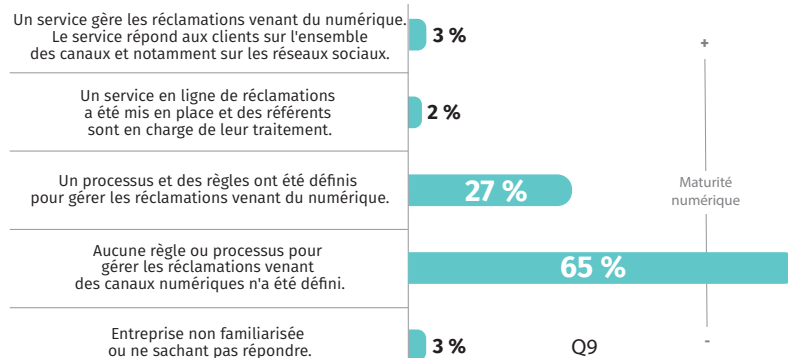
Score

6,8 / 20

Question 9

Comment l'entreprise gère les réclamations venant du numérique ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 257 entreprises.

Score

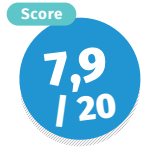
6,8 / 20

Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées



QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

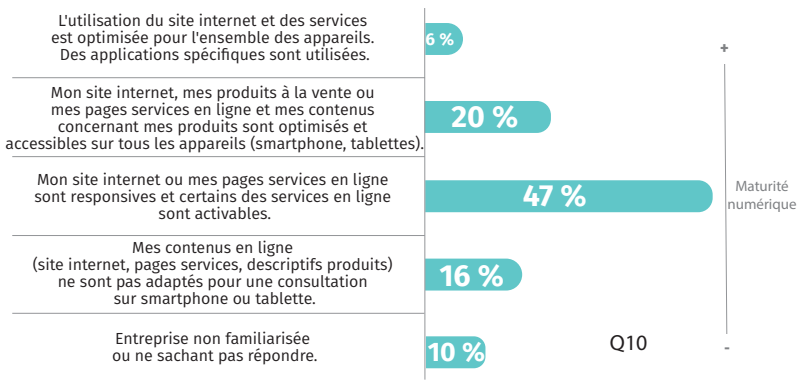
→ **Expérience client**



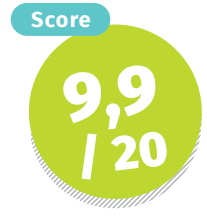
Question 10

Vos produits et services en ligne sont-ils accessibles pour tout type de terminal (smartphone, tablettes, PC) ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



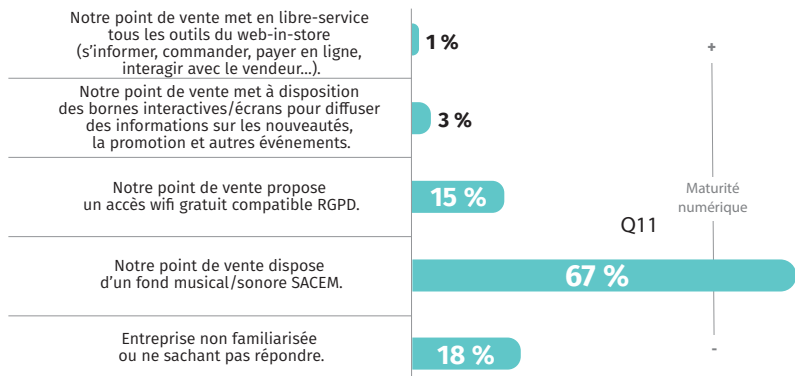
Question posée à : **247** entreprises.



Question 11

Dans quelle mesure l'expérience et l'ambiance du point de vente s'appuient-elles sur le numérique (phygital) ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : **193** entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées

QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

Thématique # 2 : Le fonctionnement interne



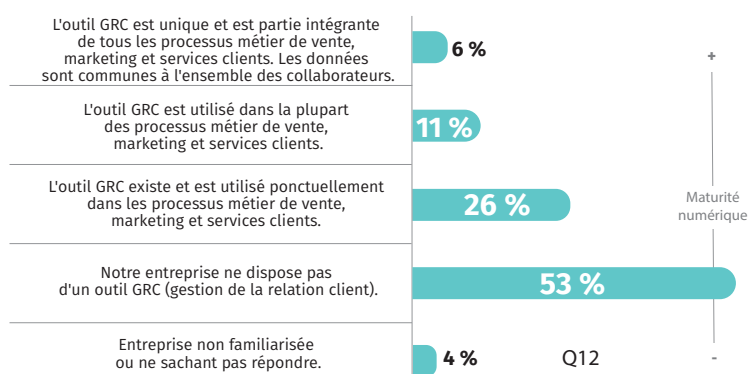
→ Équipements et usages



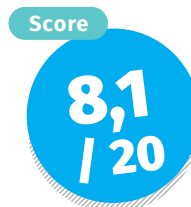
Question 12

Dans quelles mesures l'utilisation d'outils GRC est-elle intégrée aux processus de vente de services clients de votre entreprise ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



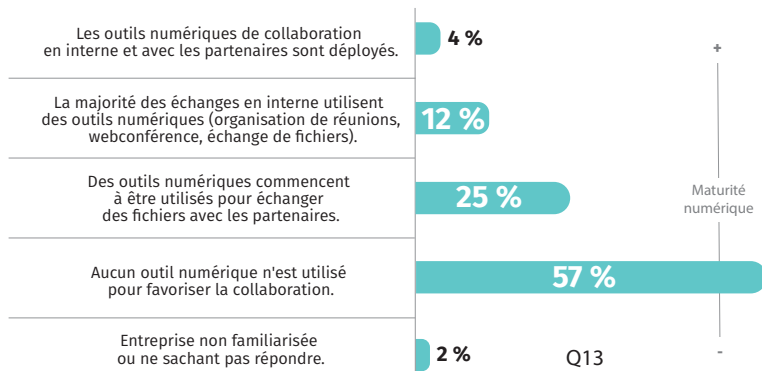
Question posée à :
253 entreprises.



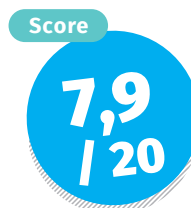
Question 13

Utilisez -vous des outils de collaboration au sein de votre entreprise et avec vos partenaires (ex. planifier une réunion, échanger de gros fichiers, organiser une webconférence) ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à :
170 entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées



QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

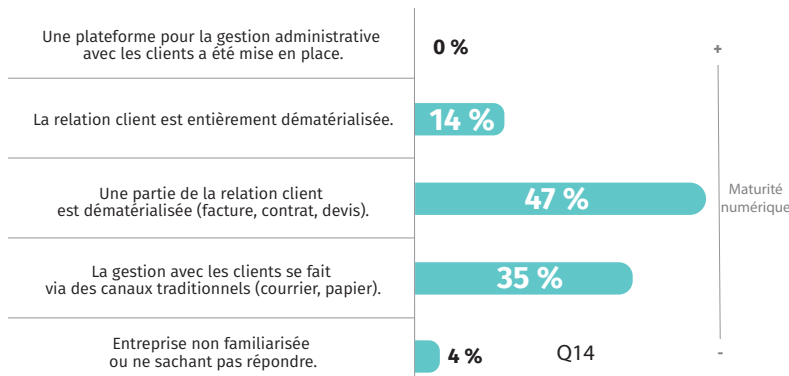
→ **Dématérialisation**



Question 14

La gestion administrative avec vos clients est-elle dématérialisée ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



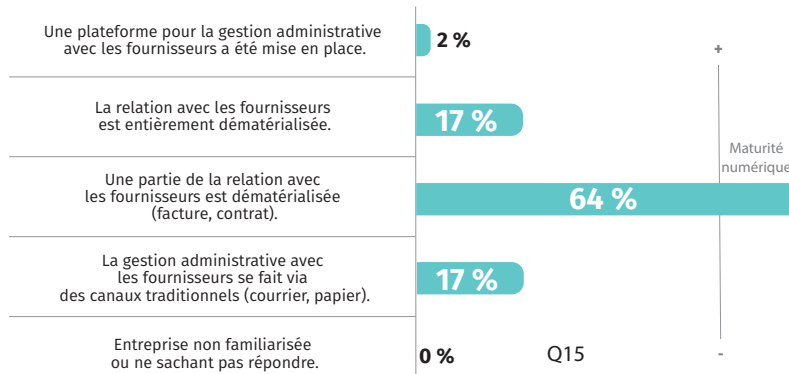
Question posée à : **225** entreprises.



Question 15

La gestion administrative avec vos fournisseurs est-elle dématérialisée ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : **264** entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées

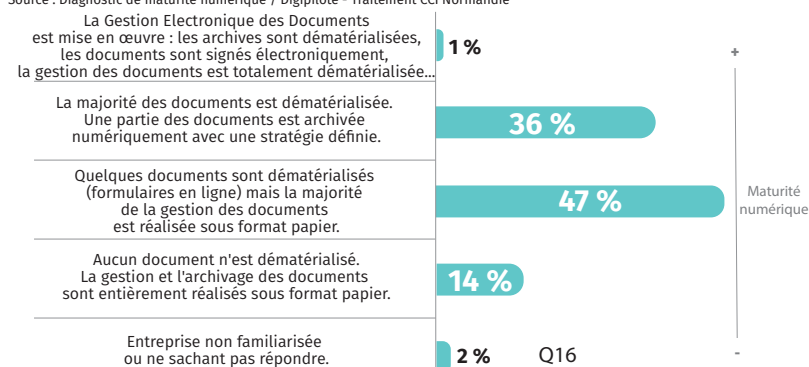
QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

→ Dématérialisation (suite)

Question 16

Quelle est la capacité de votre entreprise à gérer la dématérialisation des documents administratifs (document de gestion, relation bancaires, experts comptables, service de l'état...)?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



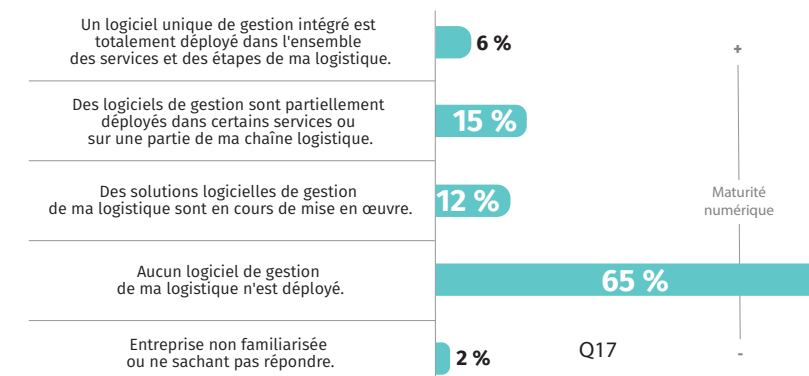
Question posée à : 273 entreprises.



Question 17

Dans quelle mesure votre logistique (commande, livraison, expédition) est-elle automatisée ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 198 entreprises.

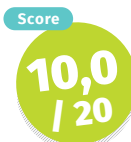


Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées



QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

Thématique # 3 : Les Ressources Humaines

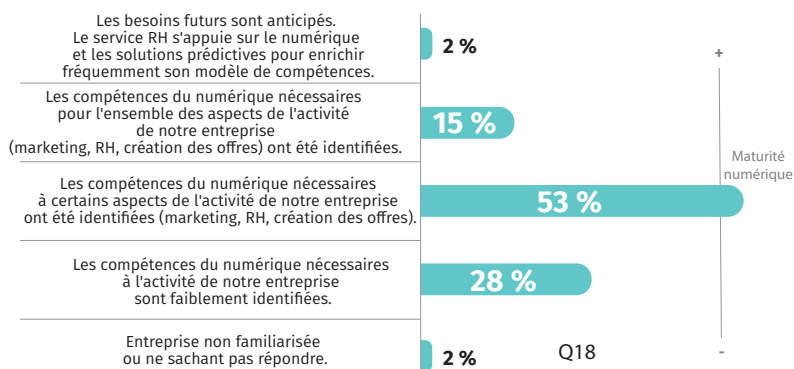


→ Compétences et formation

Question 18

De quelles compétences votre entreprise a besoin pour aborder les futurs enjeux numériques ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



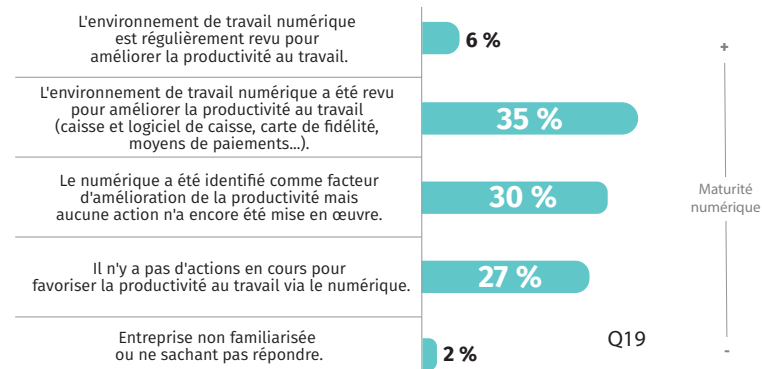
Question posée à :
257 entreprises.



Question 19

Comment le numérique et l'environnement de travail numérique (caisse et logiciel de caisse, carte de fidélité, moyens de paiement) améliore la productivité au travail ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

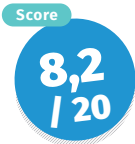


Question posée à :
240 entreprises.

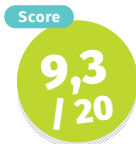


QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

Thématique # 4 : La DATA



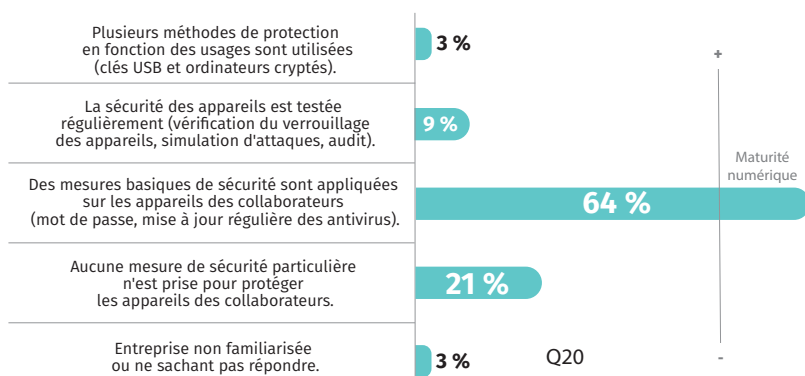
→ Sécurisation des données



Question 20

Quel niveau de sécurité est appliqué sur les appareils utilisés par les collaborateurs ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



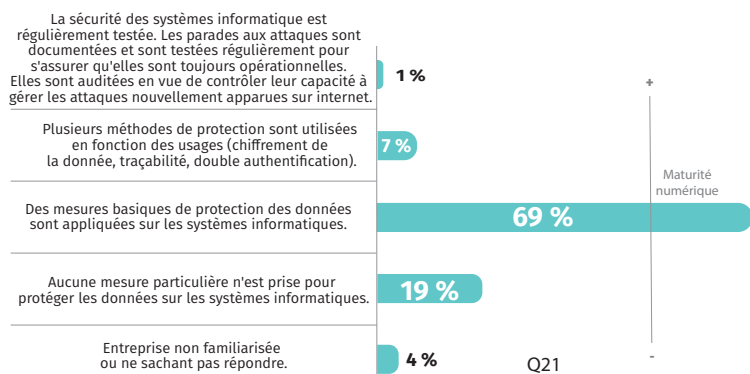
Question posée à :
212 entreprises.



Question 21

Quel est le niveau de sécurité des systèmes informatiques ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à :
235 entreprises.

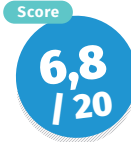


Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées



QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

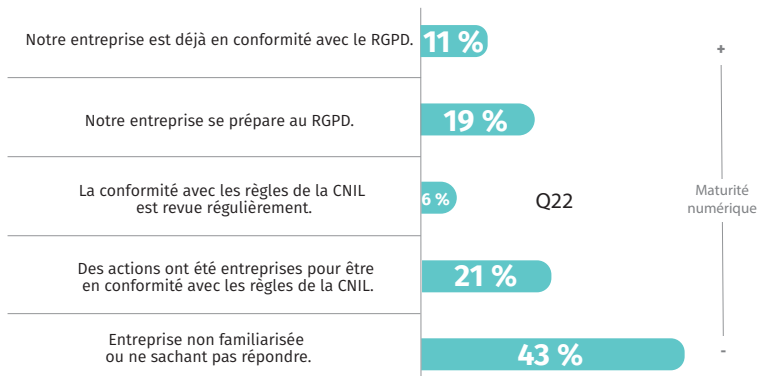
→ Sécurité et conformité



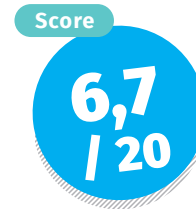
Question 22

Quelles sont les règles de gestion suivies pour les données personnelles recueillies sur les canaux numériques ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



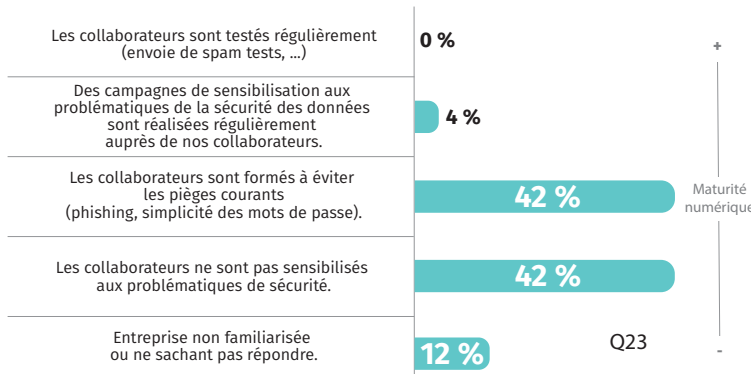
Question posée à : 211 entreprises.



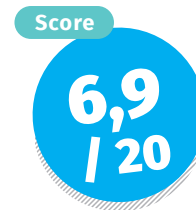
Question 23

Comment les collaborateurs sont-ils sensibilisés aux problématiques de la sécurité des données ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Question posée à : 154 entreprises.



Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées

QUESTIONNAIRE DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

Thématique # 5 : Les projets numériques

Score

6,6
/ 20

Question 24

Votre entreprise dispose t'elle d'une feuille de route pour sa transformation numérique ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

Nous avons une feuille de route globale et nous avons défini des tableaux de bord qui nous permettent de suivre la trajectoire de notre transformation et de la piloter en fonction d'indicateurs évolutifs.

0 %

Nous avons une feuille de route globale de la transformation numérique de notre entreprise qui donne les orientations et les objectifs sur l'ensemble des thématiques de notre activité.

7 %

Nous avons créé une feuille de route de la transformation numérique sur certaines thématiques (Offres, RH, Processus internes, ...).

21 %

Aucune feuille de route de la transformation numérique n'a été formalisée. Nous avons des initiatives informelles.

69 %

Entreprise non familiarisée ou ne sachant pas répondre.

3 %

Q24

Maturité numérique

Question posée à :
269 entreprises.

Score

6,7
/ 20

Question 25

La performance des initiatives numériques est-elle mesurée et suivie ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

Un tableau de bord numérique a permis de définir et de suivre des indicateurs de moyens et de résultats régulièrement afin de mesurer la performance numérique et d'effectuer les actions nécessaires en cas d'alerte sur un indicateur.

1 %

Des objectifs et des indicateurs (notamment financier, budget, retour sur investissement) sont définis au début de toutes nos initiatives numériques. La distinction est faite entre les indicateurs de moyens (quelles ressources pour atteindre les objectifs fixés) et les indicateurs de résultats (quelle performance mesurée).

3 %

Quelques indicateurs notamment financiers (budget, retour sur investissement) sont définis au début des initiatives numériques pour avoir une idée de leur efficacité et des gains apportés.

22 %

Nous sommes au stade de l'expérimentation, peu d'indicateurs sont définis pour suivre nos initiatives et nos investissements dans le numériques.

62 %

Entreprise non familiarisée ou ne sachant pas répondre.

12 %

Q25

Maturité numérique

Question posée à :
259 entreprises.

Score

6,0
/ 20

Question 26

Evaluez-vous la contribution du numérique dans l'atteinte des objectifs de votre entreprise ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie

Un tableau de bord numérique permet d'avoir une vision claire de la contribution de l'ensemble des projets et permet d'optimiser régulièrement le portefeuille de projets afin de faire des choix d'investissements.

0 %

La contribution du numérique est évaluée suivant plusieurs aspects (financiers, satisfaction client, performance des processus internes...).

15 %

La contribution du numérique est évaluée sous un angle financier par une consolidation des indicateurs financiers des initiatives numériques.

20 %

La contribution du numérique n'est pas évaluée de manière formelle.

59 %

Entreprise non familiarisée ou ne sachant pas répondre.

6 %

Q26

Maturité numérique

Question posée à :
259 entreprises.

Score

7,2
/ 20

Score : ● en fragilité numérique ● retardataires ● en démarrage ● engagées



BILAN 3 MOIS APRÈS LE DIAGNOSTIC DE MATURITÉ NUMÉRIQUE

Un déploiement rapide du plan d'action

L'ensemble des chefs d'entreprise ayant bénéficié d'un diagnostic de maturité numérique a été de nouveau contacté pour mesurer le déploiement du plan d'action individualisé.

Le déploiement du plan d'action individualisé a débuté pour près de la moitié de entreprises (49 %) dans les 3 mois suivant le diagnostic, avec la concrétisation d'au moins une action ¹¹. Les entreprises de moins de 5 salariés ont été les plus réactives.

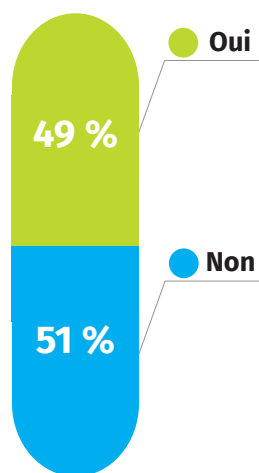
63 % des entreprises ont réalisé leur première action sur le thème de la « présence en ligne » ¹². Une action sur le thème du « webmarketing et promotion de l'offre » a été menée pour 27 % des entreprises, suivie du thème « stratégie numérique » pour 6 %.

Parmi les entreprises ayant concrétisé une action, 68 % d'entre elles ont été accompagnées dans cette démarche ¹³. Le réseau des CCI a accompagné directement 40 entreprises sur les 135 ayant réalisé une action. Enfin, 32 % n'ont pas bénéficié d'une aide extérieure.

Graphique ¹¹

Avez-vous concrétisé une action dans les 3 mois suivants ?

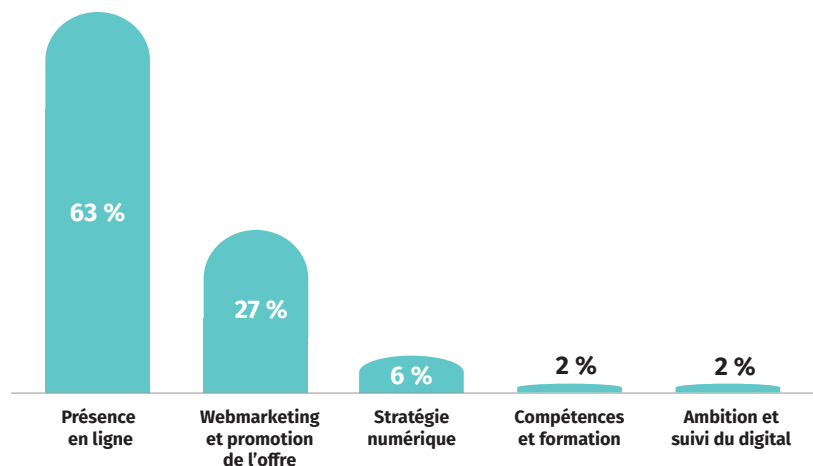
Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Graphique ¹²

Sur quel thème portait l'action concrétisée ?

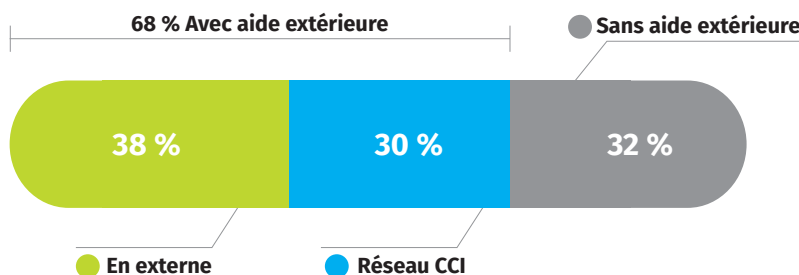
Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Graphique ¹³

Avec qui l'action a-t-elle été concrétisée ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



À RETENIR

49 % des commerçants ont concrétisé au moins une action dans les 3 mois.



ÉVALUATION DU DISPOSITIF

Un dispositif largement approuvé et recommandé

L'enquête réalisée 3 mois après le diagnostic a permis également d'évaluer et de mesurer la satisfaction des chefs d'entreprises sur le dispositif d'accompagnement des CCI.

Le dispositif mis en œuvre par le réseau des CCI a été évalué par les bénéficiaires.

87 % des dirigeants ayant été audités indiquent que cette initiative a été utile pour démarrer ou prolonger, selon le niveau de maturité initial,

la transformation numérique de leur entreprise ¹⁴.

Enfin, 9 chefs d'entreprise accompagnés sur 10 recommandent ce service à un ou plusieurs confrères ¹⁵.



Accentuée par la crise sanitaire, l'évolution rapide des usages numériques et des technologies oblige les TPE/PME à se ré-inventer : disposer d'un site web ne suffit plus pour se démarquer de la concurrence, être visible et conquérir de nouveaux clients.

Être conseillé par un expert du numérique dans cette démarche est essentiel pour gagner du temps et **faire les bons choix**.

Vous n'êtes pas seuls.

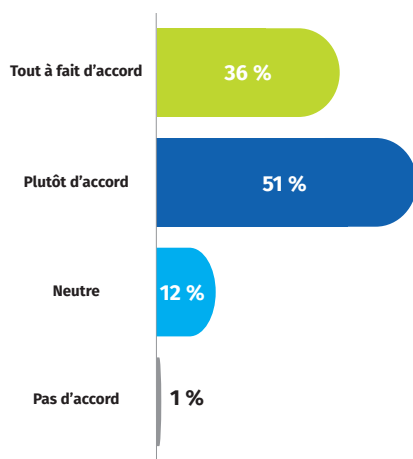
Vendre, communiquer avec vos clients, développer votre clientèle, mais aussi repenser votre stratégie de conquête :

Plus que jamais mobilisés à vos côtés, nos conseillers experts vous informent, vous conseillent, vous accompagnent pas à pas.

Graphique 14

Diriez-vous que cette initiative vous est utile pour démarrer (ou prolonger) la transformation numérique de votre entreprise ?

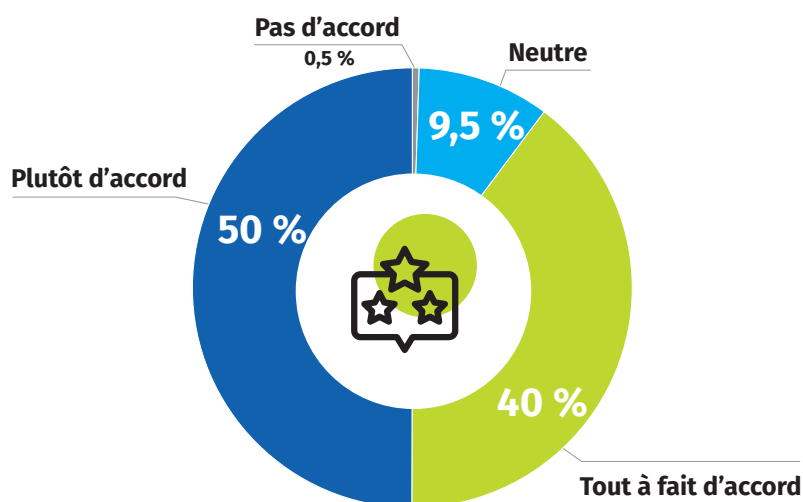
Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



Graphique 15

Recommanderiez-vous ce service à un ou plusieurs confrères ?

Source : Diagnostic de maturité numérique / Digipilote - Traitement CCI Normandie



À RETENIR

90 %
des dirigeants recommandent ce service à leurs confrères.

Observatoire
du commerce

#26 | Juillet
2022

CCI Observatoires

Publication économique
de CCI Normandie
ISSN : 2427-5360

Directeur de la publication :
Gilles Treuil

Une réalisation du
Pôle Projets Innovants,
Financements et Territoires

T 02 35 88 38 11
pift@normandie.cci.fr

Rédaction et mise en page :
Frédéric Allais

CCI Normandie
4 passage de la luciline
76000 ROUEN

f Normandinamik

t cci-normandie

in CCINormandie

J'OPTIMISE MA STRATÉGIE DIGITALE

NUMÉRIQUE

TRANSITION
ET PERFORMANCE

#Communiquer#Vendre
#DévelopperMaClientèle



normandie.cci.fr



CCI NORMANDIE

1^{ER} RÉSEAU BUSINESS



CCI NORMANDIE

normandie.cci.fr