La transformation numérique : pas uniquement un enjeu technologique

Encouragée par l'apparition des premiers objets connectés en santé animale, la profession vétérinaire a semblé vouloir faire de la transformation digitale son sujet pour l'année 2017. Bonne idée, car derrière la question technologique se cache une véritable révolution.

Génération Y, e-réputation et cyber-harcèlement, objets connectés, téléformations, ubérisation… autant de sujets professionnels nouveaux dont les noms n'existaient même pas il y a 15 ans. Et s'ils relevaient en fait d'une logique commune ? C'est la transformation digitale (ou transformation numérique) : une somme d'évolutions extrêmement rapides de la société portées par l'apparition d'internet.

Le sujet émerge dans le monde vétérinaire depuis 2 ou 3 ans. Il semble vouloir prendre le devant de la scène cette année, autour des objets connectés et de l'exploitation des données de clientèle. Les vétérinaires ne sont pas les premiers à s'engager dans le mouvement. Autant profiter de l'expérience acquise par d'autres secteurs pour comprendre, et aborder de la meilleure façon ces nouveaux enjeux.

Le succès des GAFA

La transformation digitale est devenue un sujet de réflexion mondial ces dix dernières années, sous l'impulsion des géants de l'économie d'internet : ceux qu'on appelle les «GAFA» (pour : Google – Apple – Facebook – Amazon). Le succès planétaire de ces entreprises interpelle dès la fin des années 2000 car leur modèle est alors totalement nouveau. La réflexion est relancée en permanence depuis, avec l'éclosion de nouvelles génération d'entreprises qui bouleversent des pans entiers d'activité : AirBnB, Uber, BlaBlaCar, Netflix…

Elles ont pour point commun d'appuyer leur modèle sur internet et les outils qui s'y rapportent : plate-formes en ligne, smartphones, exploitation des flux de données, etc. Mais se limiter à cette affinité technologique pour analyser leur succès serait une erreur. Les transformations qu'elles ont su identifier, exploiter et encourager sont plus profondes.

Internet a extraordinairement modifié les relations de communication, puis l'ensemble des relations sociales. Or, deux types de comportements sociaux, au moins, ont un impact immédiat pour les entreprises : les comportements au travail et les comportements de consommateurs. L'un et l'autre subissent de fortes mutations depuis 10 ans.

Le génie des entreprises stars de la transformation numérique est d'avoir su saisir cet état d'esprit nouveau, à la fois chez les consommateurs, mais aussi au sein de leurs propres équipes, pour développer des offres commerciales et des modèles d'organisation du travail innovants, qui se nourrissent les uns des autres.

Nouvel écosystème

Ce nouvel environnement s'avère très favorable à l'émergence d'idées nouvelles, parfois «disruptives». C'est à dire qu'elles rompent avec les modèles économiques existants et libèrent des réserves de croissance inexplorées (c'est l'exemple-type de l'idée fondatrice de AirBnB, toute simple, mais qui lui permet de disposer aujourd'hui de plus de chambres disponibles qu'un géant historique de l'hôtellerie comme le groupe Accord).

Ainsi, la transformation numérique, pour une entreprise, ce n'est pas seulement se doter d'une boutique en ligne, d'une application smartphone ou d'une offre d'objets connectés. Ce sont des outils supports qui deviennent indispensables, mais au-delà, il s'agit de mettre en œuvre une transformation approfondie et globale de son modèle d'activité : un nouvel écosystème.

Il implique par exemple un engagement volontariste des leaders, la mise en place de nouvelles méthodes de management participatives ouvertes à toutes les initiatives, le renouvellement de la relation client sur un modèle beaucoup plus contributif (l'avis des clients est sollicité à tous les niveaux et leurs idées contribuent à faire évoluer le modèle de l'entreprise), de nouveaux modes de collaboration avec les fournisseurs et les partenaires économiques…

Ubérisation

On mesure naturellement l'ampleur de la tâche pour «réussir sa transformation numérique», qui plus est pour une petite structure comme une clinique vétérinaire, à l'organisation plutôt conventionnelle. Raison de plus pour engager sans tarder la réflexion. Le monde qui nous entoure n'attend pas. Les premières générations nées avec le numérique (les «digital natives») acquièrent déjà leur autonomie et arrivent sur le monde du travail. Ces nouveaux comportements sont pour eux une façon d'être. Or, ce sont les clients et les collaborateurs de demain matin.

L'enjeu de la transformation digitale c'est donc «tout simplement» d'adapter son entreprise à ce que certains considèrent comme une révolution comparable à celles portées jadis par l'invention de l'imprimerie ou de la machine à vapeur. Le risque, à défaut, c'est de se voir «ubérisé» par d'autres acteurs économiques, porteurs de modèles plus nouveaux.

Pour les entreprises, un défi culturel vertigineux… mais passionnant !

Emmanuel THEBAUD

Directeur marketing et communication de Coveto

Cet article est accessible par cette URL : http://www.coveto.fr/article-la-transformation-digitale-n-est-pas-que-technologique-1579-249.html