

### > Gérer, produire et vendre : les trois rôles-clés du chef d'entreprise

Développer l'activité, assurer la rentabilité et améliorer la visibilité de sa société : tels sont les trois missions du chef d'entreprise. Pour les mener à bien, il doit optimiser trois fonctions-clés : «Gestion», «Production» et «Vente», en s'appuyant sur des indicateurs et des données fiables et sur la connaissance de son environnement.

Face à ces enjeux, les nouvelles technologies du numérique représentent pour les PME, une réelle opportunité d'être plus performantes et donc de créer davantage de valeur. Sans devenir un «expert informatique», ce qui le détournerait de ses missions premières, le chef d'entreprise doit impliquer son comité de direction, ses collaborateurs, ses conseils et constamment aligner le Système d'Information [SI] de l'organisation - ses outils, ses données, ses processus/usages – avec les besoins opérationnels, tactiques et stratégiques de l'entreprise.

En rapport avec les trois fonctions-clés du chef d'entreprise, les quelques pistes décrites ci-dessous vous aideront à saisir les opportunités offertes par les nouvelles technologies.

### > Mieux gérer

- **Piloter l'utilisation des capitaux et les retours sur investissements**  
L'outil informatique, par sa capacité à gérer et relier un ensemble d'informations entre elles, joue un rôle-clé pour affiner la gestion de la trésorerie et/ou analyser les résultats d'investissements. L'aide apportée va de l'identification de nouveaux leviers de développement à la prise de décision immédiate au regard d'événements financiers.
- **Améliorer la précision du pilotage de l'entreprise et l'intégrité des données**  
Le besoin d'indicateurs de performance fiables (financiers, commerciaux, «RH»...) est une nécessité quotidienne pour prendre les décisions opérationnelles ou stratégiques. Produire ces informations est consommateur en temps et nécessite souvent de manipuler de nombreux tableaux comme Excel avec des risques d'erreurs. Le chef d'entreprise gagne à rendre fiables et pérennes certains indicateurs-clefs par un développement informatique qui s'appuie sur le système d'information en place.
- **Favoriser la collaboration et les échanges entre les collaborateurs**  
La vie d'équipe et de l'entreprise révèle chaque jour des difficultés qui pourraient être minimisées par une meilleure collaboration et une meilleure communication. L'outil mail a, de ce point de vue, montré ses qualités. Cependant il a également ses limites, notamment en ce qui concerne la possibilité de travailler à plusieurs et de traiter le volume de messages. En offrant des possibilités avancées de gestion, de recherche et de partage de l'information, les technologies et usages numériques avancés facilite le travail en réseau, la co-conception, la construction à plusieurs...

### > Mieux produire

- **Améliorer en continu l'agilité de son entreprise en France comme à l'international** le chef d'entreprise doit en permanence stimuler ses équipes et leurs responsables dans un souci d'amélioration de la qualité et des processus. Son objectif sera de favoriser l'usage des technologies innovantes dans son organisation pour gagner en productivité, en rapidité, en transversalité et donc utiliser les forces vives de l'entreprise pour des activités à forte valeur ajoutée.



- Profiter des opportunités de diminution de coûts offertes par la dématérialisation des transactions.  
Agir sur la performance de son entreprise nécessite des moyens et non pas seulement une vision économique à court terme. Afin de bénéficier pleinement de la « dématérialisation » progressive des éléments de gestion, le chef d'entreprise doit mettre en place un plan d'investissement raisonné. Même si cela peut paraître contraignant, le système d'information est un organe vivant de l'entreprise et les nouvelles fonctionnalités apportées aux outils existants sont des plus-values à intégrer.
- Valoriser et sécuriser son patrimoine numérique, son savoir-faire et son « intelligence collective ».  
Le système d'information est un véritable actif de l'entreprise, c'est son ADN. Il contient l'historique (données financières, commandes, évolution des prix, des salaires) ou encore le savoir-faire (organisation de la production, prix négociés avec les fournisseurs, structure de coûts des produits ou des offres). C'est un patrimoine fabuleux. Contrôler et sécuriser ses accès et sauvegarder précieusement les données pour que l'entreprise puisse fonctionner en toute circonstance (plan de continuité d'activité) est aussi important que la sauvegarde de ses clients. La création des offres de demain viendra sans doute de l'exploitation de ce patrimoine.

## ➤ Mieux vendre

- Se positionner au mieux vis-à-vis de la concurrence et développer sa capacité d'intégrer de nouveaux standards français et internationaux.  
Les évolutions de votre marché principal, la veille (concurrentielle, économique et technologique), les échanges avec votre environnement (relations, conseillers internes ou externes) impliquent la manipulation de nombreuses informations pour identifier et analyser les forces et faiblesses de votre activité. Fort de ces éléments, le dirigeant peut positionner son entreprise par rapport aux tendances globales, rester au contact des bonnes pratiques de son secteur et même réussir à se différencier.
- Animer les relations dans et en dehors de l'entreprise et compléter son capital immatériel par la concrétisation de ces relations.  
Vendre appelle chaque entreprise à créer et développer une relation avec ses prospects et clients, et de l'enrichir sur la durée. Historiquement, ces relations étaient interpersonnelles plaçant certains commerciaux en relation quasi exclusives avec le client. A l'avenir, l'ensemble des collaborateurs, sur toute la chaîne depuis la vente jusqu'au service rendu, pourront être en contact potentiel avec le client. Gérer l'image de marque de l'entreprise, créer un capital relationnel impliquant plusieurs collaborateurs est un défi que seules les technologies de l'information peuvent aider à relever lorsqu'une équipe se développe ou travaille en entreprise étendue.
- Se saisir des opportunités d'innovation en termes de produit, service, technologie et organisation, y compris venant de marchés qui ne sont pas les vôtres.  
Que ce soit la création d'un site marchand, la refonte du système analytique ou de la supply chain, ou encore la révision des outils de conception, la maîtrise des technologies et usages numériques favorise l'innovation. Ces innovations aident à la conception des produits nouveaux et permettent l'émergence de nouveaux services ; décloisonnant ainsi l'entreprise dans le temps et dans l'espace. De même, les innovations majeures peuvent être organisationnelles tant en interne, pour permettre de nouveaux modes de collaboration, qu'en externe, pour permettre d'intégrer des entreprises aux compétences et expériences complémentaires.

## ➤ Aller plus loin

Guide d'évaluation du MEDEF, « L'impact des technologies de l'information et de la communication » disponible sur le site [www.medef.fr](http://www.medef.fr)

