

14 septembre 2010



Sondage Technopen 2010

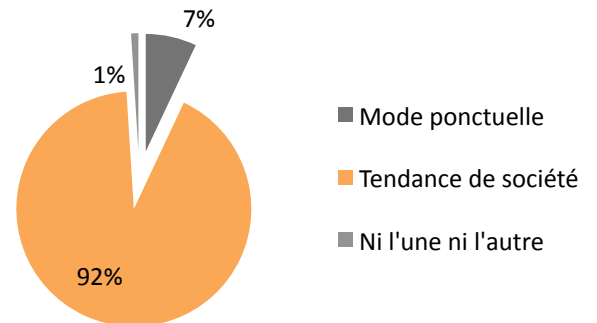
- Les résultats

Ce sondage a été réalisé auprès de 124 entrepreneurs et dirigeants d'entreprise technologiques de la Région de Québec à l'occasion du TechnOpen de Golf organisé le 2 septembre 2010 et grâce à la collaboration de la VETIQ (Association des entreprises en TI de la région de Québec) et de l'AQIII (Association québécoise des informaticiens et des informaticiennes indépendants).

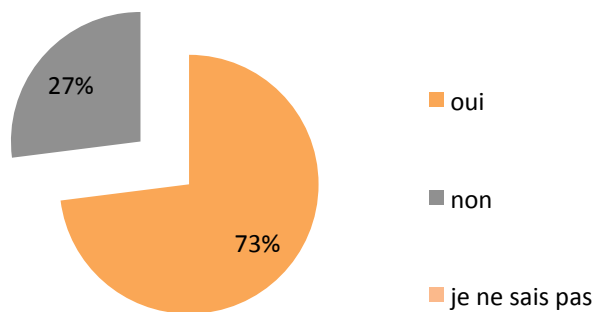
Il dresse, en 6 questions clés, un état des lieux de la perception, du positionnement et de la vision des entreprises face à l'émergence du Web 2.0 et notamment des médias sociaux.

La conscientisation est bien présente et c'est de façon quasi-unanime que l'ensemble des répondants perçoit les médias sociaux comme une tendance lourde.

1. Pensez-vous que les médias sociaux sont une mode ou une réelle tendance de société ?



2a. Est-ce-que votre entreprise utilise les médias sociaux ?

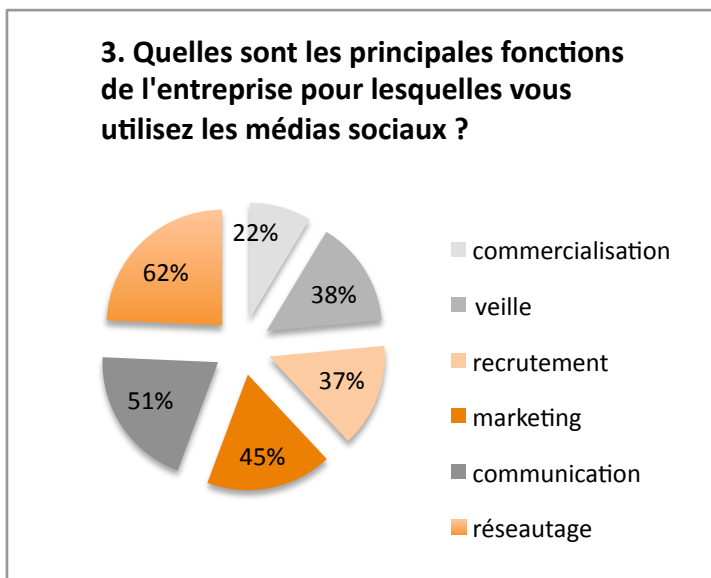
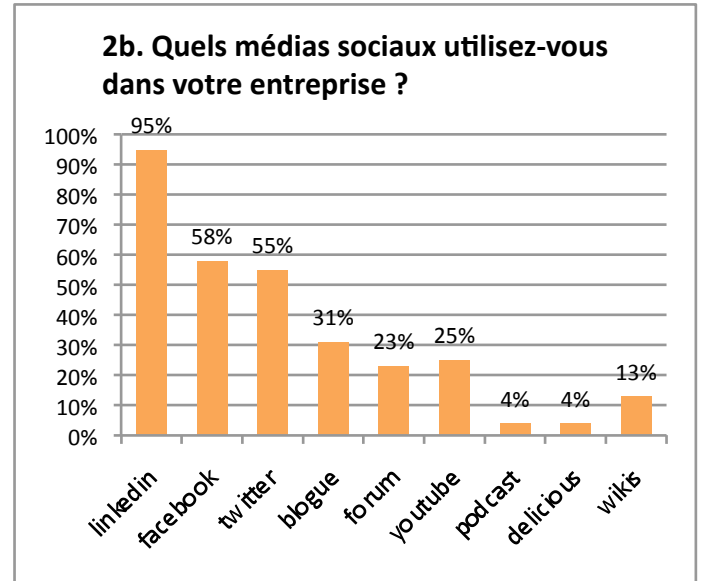


Les résultats sont à ce stade assez surprenants. Alors que l'on pourrait penser que les entreprises technologiques sont généralement en avance pour adopter des stratégies d'affaires supportées par des nouvelles technologies, on constate que **plus du quart d'entre elles n'utilisent aucun média social.**

Parmi les 73% d'entreprises présentes sur les réseaux sociaux, une grande majorité l'est sur le réseau professionnel **LinkedIn**.

Une minorité d'entre elles utilise simultanément plusieurs médias sociaux et peuvent donc tirer pleinement parti de l'effet de réseau.

On remarquera également que **Twitter** fait une forte percée et que plus de 30% des répondants utilisent les blogues.



Sans surprise, le réseautage est, en terme d'usage, l'activité la plus citée, devant la communication.

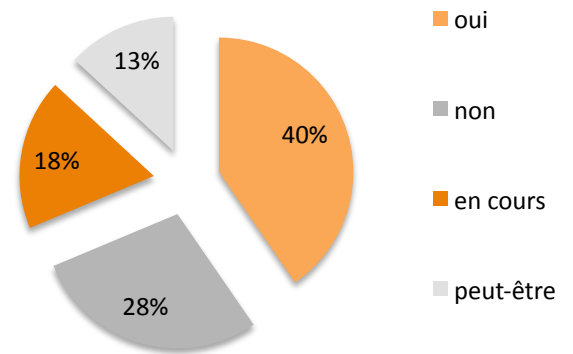
Si le recrutement et la commercialisation arrivent en queue de peloton, il semble que ce soit plus par méconnaissance du potentiel des médias sociaux pour ce type d'activité que par manque d'intérêt pour ces activités stratégiques pour l'entreprise.

Si 40% des entreprises déclarent prévoir lancer une stratégie Web 2.0, ce chiffre paraît faible au regard du niveau de conscientisation exprimé à la question 1.

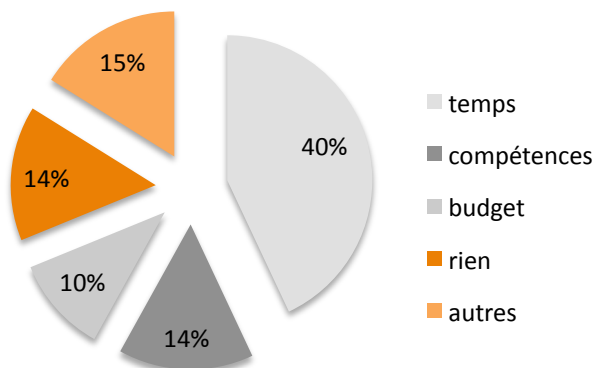
Ce décalage entre l'apparition d'une tendance lourde et la réaction des entreprises pour l'intégrer est normal.

Cependant, il est important de signaler qu'en matière de médias sociaux, la stratégie du premier entrant est fondamentale et permet de prendre un avantage concurrentiel souvent décisif dans son environnement d'affaires.

4. Avez-vous prévu de mettre en place une stratégie web 2.0 ?



5. Selon vous qu'est-ce-qu'il vous manque pour définir une stratégie web 2.0 ?

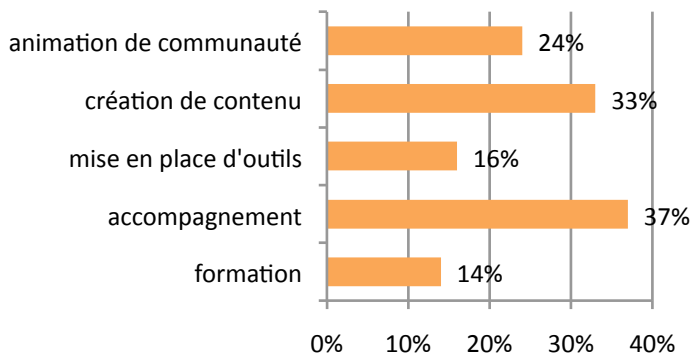


« Time is Money » et le temps manque souvent cruellement dans les entreprises, notamment dans les PME.

Et pourtant, il peut être stratégique pour l'avenir de l'entreprise de prendre un minimum de temps pour faire une courte réflexion stratégique.

Analyser l'impact actuel et futur des médias sociaux sur son environnement et son modèle d'affaires peut permettre d'engager l'essentiel pour rester dans la course...

6. selon vous quels sont vos besoins prioritaires en termes de web 2.0 ?



Comme c'est le cas face à toute nouvelle tendance, la capacité à faire la bonne analyse et à définir un plan d'action gagnant est l'obstacle majeur à l'action. Le besoin d'accompagnement est donc largement mentionné comme une priorité par les entreprises. La demande d'expertise en « création de contenus » ressort majoritairement et les entreprises la perçoivent comme capitale.

Lorsque l'on utilise des outils à large diffusion, un contenu de qualité, basé sur les objectifs d'affaires de la compagnie, permettra de supporter l'atteinte de ces objectifs mais aussi de se créer une « présence Web » forte et différenciée. Elle deviendra un atout stratégique pour assurer la visibilité puis la notoriété de l'entreprise et/ou de son produit.

Avez-vous répondu au sondage ?

- Vous vous classez dans la catégorie des plus actifs sur les médias sociaux :
Continuez !
- Vous êtes dans la moyenne : pensez à renforcer votre stratégie.
Auriez-vous besoin d'aide ?
- Vous vous sentez en retard dans la course au Web2.0 ?
Appelez-nous pour prendre un café !



AKOVA – Créateurs de valeur

Nous offrons des services de conseil stratégique et de formation professionnelle dédiés aux organisations et les accompagnons depuis le stade du démarrage jusqu'aux différentes étapes de leur croissance.

Précurseurs dans l'usage professionnel du Web 2.0 et des réseaux sociaux, nous complétons notre offre de conseil par une capacité d'implantation opérationnelle des meilleures pratiques d'affaires web qui apporteront à votre organisation un positionnement commercial différencié et un avantage concurrentiel décisif.

La création de valeur pour nos clients est notre objectif prioritaire. Nos prestations couvrent l'ensemble du processus depuis la phase d'analyse jusqu'à l'accompagnement lors de la mise en œuvre opérationnelle des solutions préconisées.

Contactez-nous

Tél : (418) 653 8218

www.akova.ca

www.blog.akova.ca