

Communication. 62% des entreprises de plus de 10 salariés ont un site web

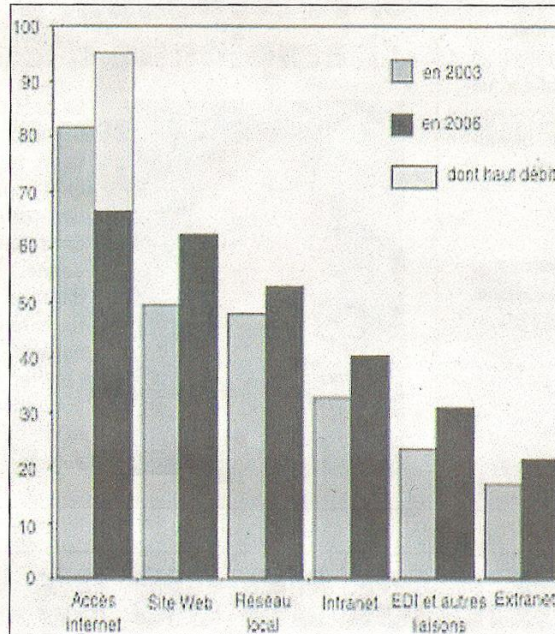
Le site web est devenu un incontournable de la communication externe d'une entreprise. Face aux solutions de plus en plus variées qui s'offrent à elles, les entreprises doivent trouver celle qui répondra le mieux à ses besoins.

Selon une note rendue publique par l'Insee au mois de mars 2007, 95 % des entreprises françaises d'au moins 10 salariés sont équipées d'ordinateurs connectés à internet et 62 % disposent d'un site web.

La culture internet en entreprise

Parallèlement, les entreprises ont vu leur culture internet augmenter. Ainsi, Jacques Bramardi de la société varoise Bexter (prestataires de solutions internet, intranet et extranet) remarque que « les entreprises peuvent aujourd'hui mesurer la qualité de leur site web, comparer et établir un cahier des charges de plus en plus précis ».

Un constat qu'il ne faut pourtant pas généraliser selon Nicolas Basso de la société Metycea. Le milieu des technologies de l'information et de la communication évolue très rapidement. « Entreprises et collectivités expriment un besoin réel de conseils en amont même de la réalisation du cahier des charges ». Selon lui, « chaque agence a ses



● « De plus en plus d'entreprises possèdent un site web ».

Source : enquête statistique publique, COI-TIC 2006, Insee, CEE.

solutions et il est donc important de pouvoir conseiller une entreprise avant même qu'elle démarce une agence ». D'autant que les entreprises ont le choix entre des produits de plus en plus variés : de l'insertion de sons, photos ou vidéos, à la réalisation d'un blog ou d'un intranet, toutes ces solu-

tions répondent à des besoins bien différents.

Site web : des besoins tous différents

Quand les entreprises se tournent vers un prestataire spécialisé en solutions internet, Jacques Bramardi a pu constater qu'elles avaient

pour la plupart déjà un site internet. Elles font alors appel à nous pour qu'on leur crée un nouveau site qui soit plus en adéquation avec leurs besoins ».

Ainsi, lorsque Frédéric Le Goasoz, directeur de Royal Nautisme, a doté son agence de vente et locations de bateaux d'un nouveau site web, c'était « pour avoir plus d'interactivité. Je voulais aussi qu'un maximum d'informations puisse figurer sur ma page d'accueil ». Il a aussi beaucoup misé sur la photo puisque pour chaque bateau mis en ligne, 10 photos peuvent être visionnées par l'internaute. Un chiffre qui passe à plus de 300 photos si l'internaute en fait la demande.

Une adaptation devenue nécessaire pour capter la clientèle : « Il y a 2 ou 3 ans, 70 % des transactions venaient de la presse spécialisée. Aujourd'hui 70 % des demandes d'achat/location proviennent du web », constate Frédéric Le Goasoz.

Le blog en plein boom

Pour les entreprises qui n'ont pas les moyens d'investir dans la réalisation d'un site internet, le blog est « une solution moins coûteuse et simple d'utilisation », selon Nicolas Basso. Aujourd'hui largement démocratisé, « le blog est devenu un outil pertinent dans la communication interne et externe des entreprises ».