

COVID RESPONSE : COMMENT TIRER LE MEILLEUR PARTI DES OUTILS DIGITAUX DANS SES RELATIONS CROSS BORDER ?

Publié 1^{er} Juin 2020 / Actualisé le 10 novembre 2020



La crise sanitaire de la Covid-19 a contraint les entreprises du monde entier à adapter leurs manières d'interagir avec leurs clients ou prospects (BtoB et BtoC) quasiment du jour au lendemain. Au-delà de la prospection l'utilisation massive d'outils digitaux de communication et de collaboration s'est renforcée par nécessité, et le numérique s'est montré également efficace pour palier, dans d'autres domaines, les restrictions sur les déplacements et contacts physiques. Ceci crée de facto un nouveau territoire de concurrence entre les entreprises : celles qui savent bien utiliser ces outils, et celles qui les utilisent laborieusement ou partiellement.

Analyse

Pour John Paul Kotter, Professeur à la Harvard Business School, créer l'urgence est la première étape de la conduite du changement. Avec le Covid-19 et le confinement, l'urgence a été incontestable et le changement a eu lieu : l'adoption des outils digitaux a été universelle et synchronisée. L'utilisation de ces solutions s'est imposée très rapidement et massivement, forçant les entreprises, mais également les pays, à revoir leur rapport à ces outils, à analyser les avantages et

inconvénients que ces solutions offrent et à adopter de plus en plus de documents et process dématérialisés.

Cela a permis de prendre conscience de l'étendue des avantages que les solutions digitales peuvent offrir, que ce soit en termes de coût, de temps ou de résilience opérationnelle et de sécurisation. Ainsi, pour beaucoup d'entreprises, cette crise a accéléré la réflexion sur la transformation digitale pour réaliser des tâches liées au commerce international et qu'elles ne peuvent plus (ou ne veulent plus) réaliser comme avant : la relation client bien sûr, mais aussi la prospection, le SAV, la gestion électronique des démarches douanières et logistiques, la gestion de projets internationaux, etc.

Des avancées ont notamment été observées dans beaucoup de pays qui étaient jusqu'alors peu avancés en matière de digitalisation et plus particulièrement de dématérialisation des procédures du commerce international.

Solutions explorées par les entreprises internationalisées

Le premier cercle concerne les solutions permettant d'assurer et de renforcer la communication, les échanges et la collaboration avec les équipes (en France et expatriés), les clients, fournisseurs, distributeurs et agents à l'étranger, etc. :

- solutions de visioconférence : Zoom, Teams, Google meet, Livestorm, Webex, Skype, Tixeo (Fr), JITSI (Fr), etc. ;
- solutions de webinars : Webex, Zoom, Livestorm (Fr), etc. ;
- solutions de travail collaboratif : Teams, Slack, Asana, Altassian (Confluence, Jira...) Whatsapp, Klaxoon (Fr), etc.
- solutions de partage de documents : Google drive, Sharepoint, OneDrive, Dropbox, etc.

Le deuxième cercle concerne les solutions permettant de prospecter, rencontrer (networking, rendez-vous B2B), montrer, explorer, former, maintenir et pouvant être couplées voire intégrées avec les précédentes :

- solutions de webinars : Webex, Zoom, Livestorm (Fr), etc. ;
- solutions pour organiser et gérer des événements digitaux : Launch interactions (UK), Swapcard (Fr), Accelevent (US) ;
- solutions pour créer des expériences événementielles plus immersives : Virbela (US), Laval Virtual (Fr), Monsalovirtuel (Fr), Launch interactions (UK), Inxpo (US) ;

- solutions pour produire et intégrer des visites virtuelles (virtual tour) et des représentations 3D d'espaces et d'objets : 3DVISTA (Es), Matterport (US), i3D Virtual Tour (Inde)

Mais au-delà de ces outils, il existe également un troisième cercle de solutions digitales plus spécifiques pour les opérations de commerce international :

- pour éditer et générer des factures électroniques : Zuora (US), Sageone (UK), Stripe (US) ;
- pour des signatures électroniques, afin de vous permettre de signer et de faire signer des contrats sous forme électronique, avec vérification préalable de l'identité des signataires : Docusign (US), Eversign (AUT), Chambersign (Fr), Quicksign (Fr) ;
- pour des process douaniers électroniques : Soprano (Fr) ;
- pour obtenir des certificats d'origine, ATR, EUR1 : Gefi (<https://www.formalites-export.com/>) (Fr) ;
- pour les demandes/envois de certificats sanitaires et pour s'informer sur les conditions sanitaires et phytosanitaires d'exportation de produits agricoles vers les pays tiers : plateforme Expando de FranceAgriMer ;
- pour le shipping : Transpare (Fr), Shipeo (Fr) ;
- des applications blockchain pour assurer l'origine des produits : Chrystalchain (FR) ;
- mise en place d'imprimantes 3D ou prestation de service d'impression 3D à distances : Prodways (Fr), Volumic (Fr), Sulpteo(Fr).

Convergence vers des standards mondiaux

Les solutions digitales qui ont été efficaces lors de la crise seront fortement favorisées et risquent bien de devenir des standards mondiaux. De nouveaux géants ont émergé à la faveur de cette crise, qui se sont imposés comme des outils de référence et ont forcé les acteurs déjà présents à innover (Zoom par exemple, petit dernier des acteurs de la visioconférence, qui a dépassé les 300 millions d'utilisateurs pendant le confinement).

Ainsi il y a donc de fortes chances que vos partenaires étrangers utilisent le même type d'outils de communication avec vous et avec leurs fournisseurs locaux. Ainsi les fournisseurs de vos clients export se retrouvent donc d'une certaine manière « à égale distance digitale », qu'ils soient domestiques ou cross-border.

Avantages liés à cette digitalisation

Coûts

Les systèmes d'information et de communication ont réduit les coûts opérationnels dans le commerce international depuis de nombreuses années. Ce phénomène est amené à se renforcer grâce à l'utilisation accrue du digital pour la prospection et la gestion de la relation client, d'autant plus apprécié que la réduction des coûts est sûrement un focus pour vous et vos clients dans la gestion de la crise.

Empreinte carbone

Dans un contexte de transition écologique et de réduction des voyages internationaux, l'utilisation des outils digitaux – même si elle est elle-même polluante – peut être un moindre mal et apparaître désormais comme une solution raisonnable par vos partenaires. Prendre un avion pour se rendre à un meeting de 2 heures au Maroc restera plus polluant qu'un échange sur zoom, et évidemment plus coûteux. Il est donc important d'adopter un regard critique sur ces déplacements, pas uniquement en termes de coûts, mais également en termes de RSE. Certains de vos partenaires/clients pourront y être sensibles.

Collaboration internationale étendue

La digitalisation forcée a permis également un rapprochement entre les entreprises notamment grâce aux logiciels de collaboration inter-entreprises et aux outils de visioconférence. Collaborer digitalement avec ses clients ou partenaires devient aussi facile en domestique qu'en cross-border, et l'utilisation des outils digitaux avancés rend les partenariats et les collaborations plus performants, notamment via l'automatisation de certaines tâches, la meilleure structuration du partage d'information, la mise en place de la formation à distance, etc.

Capacité accrue de collecte et de partage d'informations

La digitalisation de la chaîne logistique, des procédures douanières, des paiements, etc., permettent de fluidifier les process et les échanges, d'assurer un suivi plus efficace. Cela permet de manipuler un plus grand nombre de données, d'informations utiles qu'il est possible de partager et d'analyser plus facilement, plus rapidement et en plus grande quantité au sein des écosystèmes de l'entreprise (internes ou externes).

Transparence et traçabilité

Il est également important de garantir la sécurité et la transparence des opérations que vous menez à l'international, que ce soit dans la traçabilité de vos produits, dans la gestion de vos chaînes d'approvisionnement ou bien même dans l'échange de documents administratifs.

L'utilisation de la technologie blockchain permet d'assurer la sécurité de ces actions grâce à un système de cryptage des données inviolable mais surtout transparent et équitable. Dans une chaîne de blocs, aucun participant ne peut modifier l'algorithme intégré au système sans l'accord préalable des autres parties. Cette exigence renforce la confiance des parties et garantit des règles du jeu équitables même pour les acteurs les plus modestes.

La technologie blockchain offre des applications variées dans le commerce international et font de cette technologie un outil bientôt incontournable et qui connaît déjà un essor conséquent dans la sécurité alimentaire (amélioration de la traçabilité et de la capacité de réactivité en cas de contamination), dans les paiements transfrontaliers (réduction des coûts liés aux intermédiaires et aux vérifications de conformité) ou bien dans les financements internationaux en facilitant le transfert de données et de documents numériques entre autorités financières de différents pays (exemple à Singapour et Hong Kong).

Ouverture sur le « jumeau numérique »

Parmi les conséquences de la crise de la Covid il y a l'accélération des développements en intelligence artificielle pour mettre en œuvre le concept de "jumeau numérique", un alias numérique de l'entreprise/de chaque employé mû par l'intelligence artificielle et qui agit pour le compte de son mentor pour préparer avec ses homologues (i.e. les jumeaux digitaux de vos partenaires commerciaux) toutes les tâches qui peuvent être gérées dans le monde digital. Ce type de solution démultipliera les possibilités de collaboration entre entreprises en matière de conception, de maintenance, de test, de simulation, etc.

Risques et limites de la digitalisation

Sécurité

Il est important de réfléchir à la sécurité des échanges et des données transmises par les plateformes digitales, pour ne pas dégrader la sécurisation des échanges

quand ils deviennent 100% digitaux. Le choix des solutions utilisées est important tant sur le plan technologique que sur le plan de la « nationalité » des solutions.

Résilience

Plus les process commerciaux et opérationnels se digitalisent, plus l'entreprise est exposée à des conséquences lourdes en cas de cyberattaque, pouvant aller jusqu'au blocage de la production si des composants critiques du système digital sont attaqués. La résilience de l'entreprise repose alors sur les scénarios de « plans B » qui ont été construits au préalable. Gardons à l'esprit qu'en 2017 Maersk a dû faire fonctionner ses opérations uniquement à base de tableaux excel. Ces choses-là n'arrivent pas qu'aux autres et leur impact peut être plus ou moins dramatique si l'on a bien réfléchi à comment fonctionner malgré l'indisponibilité de tel ou tel outil digital.

Le risque du tout digital

L'adoption du digital a été tellement forte et entière que de nombreux salariés souhaitent désormais continuer à travailler en « remote ». Cette installation dans le mode « remote » met en danger des tâches essentielles comme l'intégration de nouveaux collaborateurs, la créativité sur le produit, le brainstorming sur les projets, la résolution des problèmes, etc., qui restent plus efficaces en présentiel qu'en « remote ».

Recommandations

Comment s'adapter à cette nouvelle situation (défensif) ?

- La première chose à faire est de s'assurer que tous les salariés ont un accès internet rapide, des outils informatiques et des logiciels nécessaires qui fonctionnent bien. C'est basique mais souvent négligé, si on en croit le nombre de réunions en distanciel où l'un des participants se plaint de sa bande passante...
- La formation des collaborateurs aux outils de communication digitaux les plus utilisés est très importante, car ces outils ont des possibilités très larges et souvent peu exploitées.
- Les commerciaux export devront assez vite identifier les solutions de collaboration et de prospection les mieux adaptés à leurs partenaires commerciaux et apprendre à les utiliser de façon à permettre un bon échange avec leurs interlocuteurs étrangers.

– La prospection par mail + visioconférence sera d'autant plus efficace que les commerciaux mettront en avant des photos dans leurs signatures de mail, qui humanisent l'approche par mail.

– Veiller à la protection des échanges et des données sensibles et intégrer la stabilité des moyens digitaux dans le plan de continuation d'activité de l'entreprise.

Comment y trouver des opportunités (offensif) ?

– Cette phase de réflexion autour de l'utilisation des outils digitaux est vécue de la même manière par les clients et partenaires de l'entreprise, c'est donc une occasion unique de redéfinir avec eux le processus de suivi de la relation et de collaboration et de prendre des décisions sur :

- les outils digitaux retenus pour alimenter les différents aspects de la collaboration ;
- les rituels de la collaboration : fréquence des rendez-vous physique, digitaux, etc. ;
- voire même le territoire de la collaboration, que les outils digitaux peut influencer.

– C'est l'occasion de repenser la politique de prospection internationale de l'entreprise, qui n'est désormais plus tant liée aux voyages mais davantage aux solutions digitales explorées :

- prospection par mail + rendez-zoom, en essayant d'incarner le plus possible les supports partagés, pour humaniser l'échange ;
- webinars mondiaux sur l'offre couplés par exemple à une promotion ciblée par mot clés sur linkedin, pour sentir là où dans le monde il y a de l'appétit pour la proposition ;
- participation à des salons et conventions d'affaires digitales dans n'importe quelle partie du monde, afin de se projeter directement dans l'écosystème du secteur en Corée ou au Canada ;
- et toutes les opportunités nouvelles que permet la prospection digitale.

– Cette digitalisation des activités permet de réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et donc un moyen de développer sa RSE :

- Digitaliser les documents administratifs et le suivi des exports via une blockchain par exemple pour sécuriser les échanges, mais aussi offrir plus de transparence vis-à-vis des partenaires/clients ;

- Réduire les déplacements internationaux peut désormais s'afficher comme un objectif RSE de l'entreprise, et n'est plus interprété par les partenaires commerciaux comme une marque de désintérêt pour la relation avec eux.

Fausse pistes et erreurs à ne pas commettre

Il ne faut pas tomber dans l'excès du tout digital, car la créativité et la création de la confiance restent l'apanage des échanges physiques et constituent l'un des moteurs essentiels du business. Faire preuve de frugalité digitale, d'intelligence, d'efficacité dans les choix d'outils, par exemple : ne pas utiliser la visio-conférence si une simple audio-conférence suffit.

Pour approfondir

https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/opinion-profitons-de-cette-crise-pour-retablir-notre-souverainete-numerique-1200885?fbclid=IwAR2GHnw5O2cJUNmHndx89FyUUcvJSmkAifXu1G6c22iarwKYFU25OUaIpmk#utm_source=le%3Alec0f&utm_medium=click&utm_campaign=share-links_linkedin

<http://www.dirigeant.fr/idees/confinement-faire-preuve-de-civisme-digital/?fbclid=IwAR2Um8ae645Y-jsw2qiGE-UxOvz-9XYs4NltBqC-uzUxvdaUs-jaTzaFRH>

“Quand la crise fait accepter le changement”, article, Frédéric Charles, blog Green SI – ZdNet, 22/03/2020

<https://www.zdnet.fr/blogs/green-si/quand-la-crise-fait-accepter-le-changement-39901053.htm>

“Le numérique comme moteur de votre Plan de Reprise d'Activité”, article, Sysk, Frédéric Cavazza, 24/04/2020

<https://www.sysk.fr/2020/04/24/le-numerique-comme-moteur-de-votre-plan-de-reprise-dactivite/>

“Le jumeau numérique, la charnière des services essentiels”, article, Frédéric Charles, blog Green SI – ZdNet

<https://www.zdnet.fr/blogs/green-si/le-jumeau-numerique-la-charniere-des-services-essentiels-39902151.htm>

“Le jumeau numérique : nouveau levier de performance pour les entreprises”, article, Eric Bantegnie, JDN, 14/11/2018

<https://www.journaldunet.com/solutions/dsi/1418607-le-jumeau-numerique-nouveau-levier-d-e-performance-pour-les-entreprises/%C2%A0>

“Jumeau numérique : l’IoT au service de la simulation”, article, JDN, 20/03/2020

<https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-de-l-iot/1489511-jumeau-numerique-l-iot-a-u-service-de-la-simulation-20200320/%C2%A0>

“Comment la dématérialisation dope la résilience de Butagaz”, article, Cécile Desjardins, 28/04/2020

<https://business.lesechos.fr/amp/92/337092.php%C2%A0>

“Comment bien présenter sur Zoom”, article, Hélène Guillaume, Matthieu Morge Zuconi, Emilie Faure, Elodie Baerd, Judikael Hirel, Pauline Castellani et Marie- Gabrielle Graffin/ Le Figaro, 11/04/2020.

<https://www.lefigaro.fr/medias/comment-bien-presenter-sur-zoom-20200508%C2%A0>

En savoir plus sur la signature électronique

<https://acrobat.adobe.com/content/dam/doc-cloud/fr/pdfs/dc-esignatures-global-overview-fr.pdf>

“Les salons virtuels à la recherche de composants miracles”, Les Echos, 03/11/2020

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/les-salons-virtuels-a-la-recherche-des-composants-miracles-1261455>

“Coronavirus : salons virtuels pour entreprises privées de voyages”, Le Monde, 13/09/2020

https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/09/13/coronavirus-salons-virtuels-pour-entreprises-privées-de-voyages_6052016_3234.html

“Les salons virtuels, un outil digital pour générer des prospects qualifiés”

<https://www.tetrapolis.fr/les-salons-virtuels-un-outil-digital-pour-generer-des-prospects-qualifies/>

Applications de la blockchain dans le commerce international :

<https://www.fabrique-exportation.fr/blockchain-commerce-international-premieres-applications/>

https://www.researchgate.net/publication/332962248_Application_of_Blockchain_in_International_Trade_An_Overview

Consultez également le thesaurus général "Covid & Business international"

<https://docs.google.com/document/u/2/d/14zEjyIF1-vBYBVi8aI56h3jHvDlcNsQozZwmOPGMeMo/edit>

Pour enrichir cet article

Si vous voulez enrichir cet article n'hésitez à nous écrire avec vos suggestions d'amélioration : delegue-general@fabrique-exportation.fr

Crédits et remerciements

Ce texte s'appuie sur la production du groupe de travail « Réfléchir aux nouvelles approches de l'export » animé par La Fabrique de l'Exportation dans le cadre du Groupe « Solutions pour l'Exportation » auquel ont participé l'Adepta, Bpifrance, Business France, les CCE, CCI France, CCI France International, ICC France, La Fabrique de l'Exportation, MEDEF, MEDEF International, l'OSCI et Stratexio dès le début de la crise de la Covid-19. Les droits d'édition et de reproduction de ce texte sont réservés à ces organisations.

Ont apporté leurs contributions à ce groupe de travail : Renaud Bentégeat, Chloé Berndt, Emmanuelle Butaud-Stubbs, Omar Boulenouar, Stéphane Boulet, Cécile Boury, Charafa Chebani, Jean-Paul David, Bogdan Gadenne-Feertchak, Philippe Gautier, Jean-Christophe Gessler, Michelle Grosset, Sophie Guichard, Christophe Hery, Stéphanie Le Dévéhat-Picqué, Fabrice Le Saché, Boris Lechevalier, Arnaud Leurent, Rémy Maréchal, Charles Maridor, Frederic Rossi, Gaël Sabbagh, David Séjourne, Etienne Vauchez.