

[ACCUEIL \(/\)](#)[IDÉES - DÉBATS \(HTTP://WWW.LESECHOS.FR/IDEES-DEBATS/INDEX.PHP\)](http://www.lesechos.fr/idees-debats/index.php)

LE CERCLE

# L'accès à l'information en environnement mobile, nerf de la guerre pour les forces de vente nomades

[PASCAL PLUCHON \(HTTP://WWW.LESECHOS.FR/IDEES-DEBATS/CERCLE/AUTEURS/INDEX.PHP?ID=66889\)](http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/auteurs/index.php?id=66889) /

Directeur de projet chez Apsolue | Le 25/03/2015 à 08:46

**Si, sans surprise, le taux d'équipement des forces de vente de l'entreprise en tablettes ne cesse de progresser, on constate sur le terrain de très nettes évolutions en matière d'usages depuis les premiers pas.**

Désormais, la question n'est plus de savoir quelle politique adopter face au BYOD, car la plupart des grands groupes font le choix d'équiper eux-mêmes leurs commerciaux de tablettes pour des raisons de sécurité, de gestion du parc et de maîtrise des coûts. Il s'agit plutôt maintenant d'optimiser l'usage de ces outils pour en faire un véritable avantage compétitif.

Selon une étude réalisée par le Forrester Research, ces appareils connectés vont proliférer jusqu'à atteindre un rythme de 50 milliards d'ici à 2020. La phase de gadgetisation semble donc révolue, et si ces tablettes présentent de nombreux atouts tels que la convivialité et la simplicité, elles ont aussi largement précipité le processus de dématérialisation en cours dans les entreprises.

On peut donc y stocker toute la documentation nécessaire au travail d'un commercial sur le terrain, et ce de façon homogène. L'ensemble des informations stockées doit permettre au commercial de gagner en efficacité opérationnelle, de réduire les coûts marketing et les cycles de vente, et de gagner en productivité au service de la clientèle.

Si nombre de solutions online sont déjà disponibles sur le marché, quid de ces outils hors des zones de connexion ? En effet, le commercial doit pouvoir accéder au SI de l'entreprise à tout moment que ce soit avant un rendez-vous, au cours de ce même rendez-vous, mais également juste pour accélérer la phase de compte-rendu et de suivi de l'entretien, et ce quelle que soit la zone où il se trouve.

Il semblerait donc qu'un très net avantage se profile pour les concepteurs de solutions capables de proposer les deux modes sur une tablette puisque c'est bien l'accès immédiat à l'information en environnement mobile qui est coeur de la bataille sur le terrain pour les commerciaux nomades. L'avantage concurrentiel viendra de l'accès instantané à l'information, de la réactivité et de l'interactivité. Il s'agit d'aller plus vite que la concurrence pour emporter plus de business et encore plus rapidement.

C'est l'usage de ces tablettes qui a amené à professionnaliser et à repenser les applications métiers en matière d'accès à l'information. L'application mobile qui sortira du lot sera celle qui permettra de centraliser toute l'information. Allégé de ces tâches annexes, le commercial doit pouvoir se concentrer sur son coeur de métier, et il en a désormais les moyens avec ces nouveaux outils mis à sa disposition.

Repenser en termes d'usage métier amène également à reconsidérer différemment l'utilisation de l'outil. Les solutions conçues se doivent d'être souples et facilement malléables pour pouvoir évoluer en fonction des retours terrains. Chaque commercial ayant une vision différente de son client et la volonté de proposer à ce dernier une vraie relation de proximité face à la concurrence.

Si le choix d'équiper ses forces de vente de tablettes intervient souvent dans le cadre du renouvellement du parc, il faut également garder à l'esprit que cette population est particulièrement concernée par le turnover. Il faut donc opter pour des solutions souples, simples à utiliser et qui ne requièrent que peu de temps en termes de formation.

Il ne faut bien sûr pas négliger l'aspect "conduite de changement" à mener en interne puisqu'il existera toujours une catégorie de population réfractaire aux changements. On constate d'ailleurs que la dichotomie

technophiles/technophobes n'est pas nécessairement une question de génération puisque la génération digital native connaît, elle aussi, ses réfractaires aux nouveaux usages.

Vous aussi, **partagez vos idées** avec les lecteurs des Echos

**[JE CONTRIBUE \(HTTP://LECERCLE.LESECHOS.FR/CONTRIBUTION\)](http://LECERCLE.LESECHOS.FR/CONTRIBUTION)**

(javascript::void(0):)