

# Préfaces

**Jean-François CLEDEL,**  
**Chef d'entreprise et président de la CCI Nouvelle-Aquitaine**

Lorsque Bénédicte m'a sollicité pour préfacier son ouvrage, j'ai ressenti tout d'abord l'honneur de sa demande, avant d'être déstabilisé par l'engagement et la responsabilité qui en résultent. Mais connaissant Bénédicte depuis plus de 10 ans, son engagement, sa discrétion, son professionnalisme, son expérience et sa compétence, je ne pouvais reculer sans avoir lu son ouvrage.

À sa lecture, quelle ne fut pas ma surprise à la découverte du sujet : le marketing mobile, appliqué aux RH, devant tant de références et d'outils savamment documentés et illustrés par Bénédicte. Je ne pouvais refuser.

Ce livre forme un tout cohérent, avec ses quatre parties, depuis les enjeux, jusqu'au tableau de bord, en passant par la stratégie marketing et l'Inbound Marketing, dont chacune peut se lire séparément. Cet ouvrage traite des concepts, plutôt globalement, mais entre aussi dans le détail pour une mise en œuvre opérationnelle.

Dans la première partie, où les enjeux des transformations en cours sont analysés avec le prisme d'une experte des RH, Bénédicte rappelle l'importance de l'engagement de la direction pour le succès des projets de transformation et

de développement de l'entreprise. Elle y décrit la croissance du monde des outils web et des applications mobiles et présente les enjeux de la réglementation.

Dans la deuxième partie, elle insiste sur l'importance de définir une stratégie digitale, avant d'exposer en troisième partie de façon très documentée et explicite l'Inbound marketing. Enfin en quatrième partie, elle décrit abondamment les indicateurs du tableau de bord pour le pilotage d'un projet de marketing mobile.

Travailleuse infatigable, Bénédicte nous fournit ici une documentation exceptionnellement riche. Tout au long de l'ouvrage, elle nous fait partager son expérience, en particulier en illustrant chaque partie de son cas d'usage, EasExpertRH, en toute générosité et transparence.

Je recommande ce livre à tout dirigeant de TPE/PME qui souhaite découvrir l'utilisation professionnelle des applications mobiles, avant de se lancer dans un projet de transformation digitale de son entreprise. Sa lecture sera utile, autant au néophyte du marketing mobile, encore à la découverte des enjeux du numérique, qu'au chef d'entreprise converti à la nécessité de lancer son projet de transformation digitale de son entreprise.

**Frédérique JESKE,  
Dirigeante d'Uskoa**

La transformation numérique est en marche et elle offre de nombreuses opportunités aux TPE et aux PME, si tant est que les dirigeants prennent vraiment conscience de ce qu'elle implique réellement dans le pilotage de leur entreprise.

L'impact du numérique va bien au-delà d'une intégration de nouveaux outils, ne vous y trompez pas !

C'est une transformation profonde et globale qui bouleverse le rapport au temps, devenu instantané, et le rapport à l'espace qui a tout simplement disparu.

Elle remet en question les modes d'organisation du travail et la relation au travail, les processus métiers (portés notamment par les outils informatiques tels que les CRM, ERP, SIRH), les stratégies business et innovation, ainsi que les comportements des consommateurs et les méthodes commerciales.

Oui, la transformation digitale est un enjeu vital pour la pérennité et la croissance future de votre entreprise.

Il ne s'agit pas d'intégrer une dimension numérique à une entreprise traditionnelle, mais de devenir une « entreprise numérique », pour en adresser tous les enjeux.

Il est impératif désormais de connecter toute l'entreprise à la société numérique : les activités, les clients, les fournisseurs, les hommes et les femmes de l'entreprise, les processus internes.

Vous l'avez compris, nous sommes entrés de plain-pied dans une transformation non seulement technologique, mais aussi culturelle, organisationnelle et managériale, qui demande à chacun de se réinventer, de changer ses process

et de trouver une nouvelle agilité, pour pérenniser et faire grandir l'entreprise.

Même si la transition numérique a connu une accélération considérable face à la pandémie de Covid-19, il reste beaucoup à faire pour exploiter tous les bénéfices du digital et en faire un levier réel et solide de performance globale et de compétitivité.

Et ces bénéfices seront nombreux, qu'il s'agisse de l'expérience client ou de l'expérience collaborateur.

En tant que dirigeant, vous êtes en première ligne, au cœur de l'inspiration et de l'action : vous incarnez l'avenir de votre entreprise.

Si l'avenir est omnicanal, cela signifie que les stratégies marketing traditionnelles sont questionnées par les médias digitaux, qui permettent de créer de la valeur pour les clients et, ne l'oublions pas, leur donne plus de pouvoir sur les marques.

Une bonne nouvelle, le marketing digital est moins coûteux et plus impactant !

Il vous ouvre la voie d'une nouvelle relation avec vos clients : meilleur ciblage et accès au client, engagement optimisé, renforcement de la notoriété de la marque et des taux de conversion, réduction des budgets marketing... les atouts d'une stratégie bien structurée sont nombreux.

Et ce n'est pas tout : à l'interne aussi, la digitalisation vous offre de nouvelles perspectives et vous permet de répondre aux nouvelles exigences d'un rapport au travail bouleversé et de pratiques professionnelles transformées : mobilité accrue, travail hybride, télétravail...

Tous les enjeux RH sont concernés. Digitaliser l'organisation et les actions RH constitue aussi un levier majeur de performance : gestion du personnel, recrutement, formation,

QVT, management, santé au travail, dialogue social, relations au travail, veille documentaire et métier...

Ce n'est plus une option : le marketing digital doit être intégré au cœur de votre stratégie commerciale et de votre politique RH !

C'est pour vous y aider que Bénédicte Convent a écrit ce guide absolument formidable. Formidable car il est concret et pragmatique et c'est de cela dont nous avons besoin dans nos PME aujourd'hui.

Formidable car il guide le lecteur pas à pas et nous donne la recette du succès de tout projet de marketing digital, tout en partageant de nombreux conseils pour naviguer et exploiter le meilleur des outils numériques... au service de la pérennité et de la croissance de votre entreprise !

Je vous en souhaite bonne lecture et surtout bonne mise en action.



## Avant-propos

La transformation numérique gagne aujourd'hui toutes les organisations qui veulent rester dans la course, y compris au sein des PME/TPE. La Direction Générale des Entreprises (DGE)<sup>1</sup> a publié en octobre 2021 les résultats du premier baromètre établi par le CREDOC<sup>2</sup> qui mesure le chemin parcouru par les entreprises pendant la crise sanitaire pour accélérer leur transformation numérique.

Ce baromètre marque une augmentation significative de l'équipement des TPE/PME en numérique : 66 % des PME ont désormais un site Internet institutionnel, soit une progression significative par rapport à début 2020 ; 43 % des PME travaillent avec une plateforme collaborative et d'échange de documents entre collaborateurs ; 29 % des PME font du référencement payant sur Google ou Microsoft ; 33 % des PME utilisent des applications SAAS au quotidien ; et enfin, 20 %

---

1 France Num est l'initiative gouvernementale pour la transformation numérique des TPE et PME. Elle est coordonnée par la direction générale des Entreprises en partenariat avec les régions. France Num agit, depuis 2018, pour le développement du numérique par les entreprises afin de faciliter leur croissance sur des axes prioritaires : fidélisation et développement de la clientèle, promotion des produits, diminution des coûts, etc.

2 Le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie est un organisme d'études et de recherche au service des acteurs de la vie économique et sociale. Créé il y a 60 ans, il analyse et anticipe le comportement des individus dans leurs multiples dimensions : consommateurs, agents de l'entreprise, acteurs de la vie sociale.

des PME détiennent un site de e-commerce leur permettant de vendre en ligne.

Le CREDOC pointe toutefois de forts écarts entre les secteurs d'activité. 50 % des entreprises du secteur de l'hôtellerie/restauration possèdent un site marchand ; 93 % ont également un site Internet ou sont présents sur les réseaux sociaux, alors que seulement 9 % des entreprises du bâtiment/construction ont un site marchand et 41 % des PME de la *supply chain* sont visibles sur le web.

Ces statistiques montrent que la transformation digitale des organisations est bien en marche et offre de multiples opportunités quelles que soient leurs activités : e-commerce, TPE-PME ou TPI-PMI. Leur objectif est d'innover, de fidéliser leurs clients et d'en trouver d'autres, mais aussi d'attirer des candidats à venir les rejoindre.

La fonction RH, souvent pilotée par le dirigeant lui-même dans une PME, endosse en effet de nouveaux rôles plus stratégiques. Le dirigeant accompagne la transformation des modes de travail. Le mobile fait désormais partie intégrante de la vie personnelle et professionnelle. Les directions de PME se doivent d'accompagner les usages mobiles et de proposer des solutions en correspondance avec ses nouvelles pratiques : situations de mobilité, télétravail, déplacements professionnels... Les méthodes, procédures et outils RH doivent s'adapter.

Plus de 40 % des dirigeants disent consulter des informations sur leurs mobiles lors de leur trajet domicile-travail quotidien lorsqu'ils prennent les transports en commun ou lorsqu'ils sont en situation de mobilité pour aller chez un client. Les applications mobiles RH deviennent un compagnon pour eux entre deux rendez-vous pour trier leurs mails, gérer une tâche administrative, gérer leurs frais professionnels...

Le dirigeant souhaite retrouver de plus en plus sur son smartphone les mêmes fonctionnalités que sur son ordina-



teur, y compris pour son pilotage RH et les actualités RH. C'est pour lui une opportunité de se démarquer en tant que marque employeur.

## Pourquoi ce livre ?

Avec l'accélération de la transformation digitale, des questionnements forts persistent au sein de nombreuses PME/TPE pour mener leur digitalisation. Cela est dû essentiellement à deux facteurs : un retard de formation important des équipes à la culture numérique ; et surtout une insuffisance de moyens humains, techniques et financiers pour définir précisément les besoins (*benchmarker*<sup>3</sup> le marché, gérer le projet, former les équipes).

La digitalisation est d'abord une transformation de la ressource humaine avant d'être une révolution technologique. Si la mise en place des outils n'est pas accompagnée au sein de l'organisation, le changement est vécu comme une contrainte et non comme un bénéfice.

*« Dans notre activité, je sais qu'avec l'explosion du mobile, disposer d'une application mobile nous donnerait de nouveaux moyens de réaliser une communication ciblée et très personnalisée. Mais le projet est impactant et s'ajouterait au travail du quotidien, je ne sais donc pas s'il est faisable d'autant que nous avons beaucoup de difficultés, s'exprime ainsi trop souvent le manager de PME. Mais je suis conscient que le marketing mobile se développe. »*

En 2023, selon une étude menée auprès de nos clients PME, 5 sujets majeurs émergent quasi-systématiquement : les **risques cyber** qui imposent des investissements importants parfois ; l'**inflation et la tension sur les marges** qui en découle avec un niveau d'activité qui n'est pas toujours revenu au niveau d'avant Covid ; l'**impact du digital** qui impose

3 *Benchmarker* c'est-à-dire analyser les composants du marché, les concurrents directs, les applications existantes.

un réajustement de son positionnement face aux « *digital players* » en termes de création de valeur et de ROI ; et les **enjeux environnementaux** omniprésents. En **matière RH** sont le plus souvent cités : les difficultés de recrutement et à fidéliser les talents, la complexité de plus en plus forte des règlementations qui obligent à avoir une veille quotidienne, la nécessité de mettre en place un management adaptatif.

*« Quand vous êtes dirigeant de PME, vous êtes sur votre vélo et vous pédalez... mais, en même temps, vous devez à un moment descendre de votre vélo pour vous regarder pédaler et réfléchir à ce que vous faites, comment vous pédalez aujourd'hui et comment vous pédalerez dans 10 ou 20 ans. Être entouré d'experts et de conseils personnalisés dans son quotidien donne de l'énergie pour pédaler aujourd'hui et savoir comment pédaler demain. »*

## À qui s'adresse ce livre ?

Ce livre s'adresse principalement aux dirigeants de PME et TPE ou aux entrepreneurs qui souhaitent engager un projet de développement d'une application mobile pour leur activité afin de se placer au cœur de la transformation numérique. Ils savent que le développement du marketing mobile s'impose de plus en plus pour se démarquer de leurs concurrents ou vendre davantage, mais ils ne savent pas par où commencer ce projet qui leur paraît trop difficile à mettre en place.

Les dirigeants et managers opérationnels qui gèrent des équipes et sont en situation de mobilité au quotidien trouveront des outils pour l'action dans ce livre. Son idée est née pour mettre à leur disposition une boîte à outils du développement du marketing mobile au sein de leur organisation et leur apporter une démarche concrète de conception et de lancement d'une application mobile dans une PME, transposable à leur activité.

Implanter un projet de digitalisation est avant tout un projet humain. La gestion stratégique des ressources humaines n'est plus une réalité mais une nécessité. Le dirigeant de PME ne peut plus se contenter de conserver ses compétences ou de les affecter là où il en a besoin. Il doit gérer des carrières dans un environnement mouvant et complexe qui impose de repenser tous les jours son organisation, son mode de management pour intégrer toutes les activités de gestion des ressources humaines et assurer une veille constante notamment en matière sociale.

Tout ce qui touche aux ressources humaines est hautement stratégique sous l'influence de plusieurs facteurs : l'intégration des modes de travail hybrides et du management à distance, la nécessité d'optimiser l'expérience collaborateur afin de fidéliser le capital humain, la nécessité de valoriser sa marque employeur pour attirer et fidéliser les talents, le développement de la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) : nouvelles valeurs, parité hommes/femmes, équilibre vie privée/vie professionnelle, développement durable, et enfin la complexification des réglementations et une frénésie de nouvelles obligations salariales.

## **Qu'allez-vous trouver dans ce livre ?**

L'ouvrage est construit en quatre parties couvrant les champs d'expertise du management RH, de la digitalisation de PME et du développement du marketing mobile :

- Comprendre les nouveaux enjeux RH et les nouveaux rôles des directions d'entreprise et/ou ressources humaines (impacts du digital dans la gestion des ressources humaines). Au sein d'une PME, la fonction RH, si elle est déléguée à un collaborateur « Responsable RH », est assurée le plus souvent par le ou un des dirigeants dans sa partie décisionnelle et managériale.
- Comment s'y prendre pour digitaliser son organisation et élaborer une stratégie marketing mobile ?

- Quels outils de marketing mobile pour aller chercher de nouveaux clients et mieux piloter ses ressources humaines ? Comment se faire aider ?
- Comment lancer son plan opérationnel de marketing mobile ?

Ce livre est à la fois une boîte à outils qui fourmille de suggestions et une démarche concrète de conception et de lancement d'une application mobile dans une PME. Certains concepts, idées et méthodes sont représentés visuellement par des « cartes mentales », et chaque concept est illustré par notre projet *EasExpert RH*.

## Cas d'usage : EasExpert RH

Lorsque j'ai publié le premier « *kit de survie du dirigeant de PME* », en 2016, mon objectif était déjà de présenter aux dirigeants les nouveautés qui concernent le pilotage et la gestion des ressources humaines et de proposer des solutions concrètes adaptées aux PME/TPE, illustrées par des exemples vécus dans différents domaines et issues de nos expériences terrain. Il s'agissait de décortiquer les nouvelles réformes en matière sociale et de donner aux dirigeants de PME/TPE une boîte à outils apportant des solutions à leurs problématiques RH.

La multiplicité des nouvelles réglementations exige aujourd'hui des actualisations de plus en plus fréquentes dans tous les domaines de la gestion et du pilotage RH.

Quand, en 2018, un client me dit : « *Tu devrais développer une application mobile qui permette aux dirigeants de trouver rapidement et de façon très pratique les informations dont il a besoin pour gérer ses ressources humaines, de rendre simples des choses qui sont pour nous compliquées à comprendre... bref, qui nous permette d'avoir un DRH dans sa poche* », l'idée d'EasExpert RH, alors, était née !

Avec l'émergence du projet EasExpert RH, je me trouvais d'un seul coup dans l'habit du dirigeant de TPE/PME qui doit gérer un projet de digitalisation, y affecter des ressources disponibles, qu'il s'agisse du temps à impartir ou du budget à y consacrer.

Notre service informatique étant externalisé, fallait-il recruter une ressource interne, rechercher une agence ou un freelance ? et en même temps comprendre les différentes technologies envisageables ?

Tout était à construire : faire une étude du marché la plus complète possible, rédiger le cahier des charges, mobiliser les ressources en interne, comprendre et choisir les technologies, former les parties prenantes au marketing digital et à l'univers des applications mobiles, jusqu'à l'élaboration du plan d'actions lors du lancement de l'application.

Dans ce cadre, nous avons également recherché tous les livres existants sur le sujet (et il y en a peu !), consulté les articles publiés sur le web... Chaque formation et chaque lecture étaient comme les pièces d'un puzzle que nous devons assembler et nous approprier. De notre démarche est née l'envie de partager cette expérience pour livrer aux dirigeants et managers mais aussi aux entrepreneurs une méthode, des points de vigilance, des bonnes adresses... et des solutions possibles pour mettre en place des outils de digitalisation adaptés à leurs TPE/PME.

Bonne navigation dans le monde du marketing mobile et des ressources humaines !

Bénédicte Convent

---

### À PROPOS DE L'AUTEUR

Bénédicte Convent débute sa carrière par un parcours en gestion et administration des entreprises, d'abord au sein d'une école d'enseignement supérieur puis d'un cabinet d'avocats parisien. Son triple intérêt pour l'économique, le droit et l'humain la pousse à s'investir au sein du groupe industriel Dyckerhoff et à prendre en charge l'ensemble de la fonction RH pour ses cinq filiales françaises. En tant que DRH, elle a contribué à la certification ISO 9001 du groupe en France.

Diplômée d'un 3<sup>e</sup> cycle à l'IGS, s'appuyant sur l'intelligence économique et le développement personnel, elle crée son activité de consultante dès 1996 et développe une prestation « à la carte » qui allie l'expertise du conseil et le côté « très opérationnel » du dirigeant d'entreprise. En 2001, elle fonde le réseau Winch Expert RH spécialisé dans l'accompagnement des dirigeants et cadres opérationnels, dans un souci permanent du retour sur investissement des actions engagées pour accélérer la performance et/ou la maîtrise des coûts.

Enrichie par des formations complémentaires en direction de PME, coaching, management, qualité de vie au travail, formation de formateurs, médiation, auditeur IRCA, marchés publics, marketing digital, Bénédicte Convent, aujourd'hui, anime au sein du réseau Winch Expert RH le projet « EasExpert RH, e-DRH de poche » : un outil incontournable qui accompagne les dirigeants de PME pour conjuguer au quotidien gestion RH et performances.

Sa devise : « *Aussi loin que je pourrai aller, j'irai ; et aussi loin que je ne pourrai pas aller, j'irai aussi* », Camille Claudel.

---

Télécharger l'application mobile EasExpert RH

