

L'éducation web des TPE reste à faire !

Categories : [Tribune](#)

Tagged as : [communication digitale](#), [e-commerce](#), [internet](#), [PME](#), [réseaux sociaux](#), [site internet TPE](#)

Date : 14 février 2013

« Les TPE n'ont pas compris que c'est justement parce qu'elles sont petites qu'elles doivent impérativement avoir une présence sur internet »

Laurence Lubrano, gérante de l'agence de communication Karalys, interviewée par OSERESO



Laurence Lubrano, gérante de l'agence de communication Karalys, interviewée par OSERESO

Pourriez-vous vous présenter et présenter votre parcours ?

Je suis Laurence Lubrano. Je fais de la communication d'entreprise depuis environ 25 ans, tant en agence qu'en entreprise. J'ai notamment été Directrice de la communication d'une compagnie d'assurance vie pendant 14 ans. Je connais donc parfaitement bien les deux côtés de la barrière, avec les impératifs et contraintes. De la création d'un logo ou d'un site web ou d'un blog, en passant par un événement à l'étranger, la publicité dans la presse ou les journaux internes, j'ai une panoplie complète de prestations dans mon escarcelle. J'ai créé ma société, Karalys, il y a environ 6 ans. En parallèle, je suis la présidente d'un club d'entrepreneurs dans les Hauts de Seine, que j'ai fondé il y a à peu près 3 ans.

En quoi consiste votre métier ?

Mon métier consiste à accompagner les entreprises dans la définition des outils de communication dont elles ont besoin puis dans la réalisation de ceux-ci. Parmi eux, il y a les sites internet, les blogs, la gestion de leur présence sur les réseaux sociaux. Je travaille particulièrement sur tout ce qui tourne autour de l'identité numérique du dirigeant. De plus en plus, Internet entraîne une personnalisation de la communication. Twitter par exemple illustre parfaitement ce propos. Ce sont des individus qui s'expriment, certains d'ailleurs indiquent même dans leur descriptif que leur propos n'engagent qu'eux-mêmes et non leur entreprise. Les blogs également ont amené cette mise en avant de la personne, puisque beaucoup sont des blogs tenus par un individu même s'ils sont tenus dans le cadre de leur exercice professionnel. Les outils web permettent de mettre en avant ses compétences, son savoir faire en tant qu'être humain, même si derrière il y a une entreprise. D'ailleurs, avant même le web, certains grands patrons capitalisaient déjà sur leur propre image, à l'instar d'un Afflelou ou d'un Leclerc qui ont toujours tablé sur leur personnalité pour vendre leur entreprise.

Selon vous, pourquoi relativement peu de TPE investissent sur le web ?

Les raisons invoquées par les TPE pour ne pas créer de sites internet sont diverses. Elles pensent que cela est trop cher pour elles, elles n'ont pas de temps à y consacrer, que ce soit pour la création du site ou pour les mises à jour, ne savent pas par où prendre le problème pour la création, pensent que cela ne leur rapportera rien en termes financier direct donc que c'est limite du gaspillage. En bref, elles n'ont rien compris. A l'heure du tout numérique ou presque, c'est quand même incroyable. Elles n'ont pas compris que c'est justement parce qu'elles sont petites qu'elles doivent impérativement avoir une présence sur internet, qu'il s'agit d'un investissement temps et argent indispensable. Cela ne leur viendrait pas à l'esprit de ne pas avoir d'ordinateur, et bien pour un site internet cela devrait être la même chose.

Non pas que le site internet va leur permettre de se faire connaître en un rien de temps et leur rapporter tout de suite des clients, mais il va leur permettre d'exister tout simplement. Il va donner confiance, expliquer qui elles sont, ce qu'elles font, que ce sont des professionnels, donner une image positive.

Et qu'en est-il des réseaux sociaux ?

Là c'est un peu différent dans le sens où des TPE, des indépendants peuvent être présents sur les réseaux sociaux mais ne pas avoir de site internet. Alors qu'il faut les deux. Car attention, les réseaux sociaux ne doivent pas être l'outil gratuit unique des entrepreneurs (dans les cas où l'abonnement proposé s'il existe n'est pas acheté). Chez certains en plus, ils les utilisent en confondant le personnel et le professionnel. Il doit y avoir une vraie délimitation entre les deux.

Même si un entrepreneur doit capitaliser sur lui, sur sa personne car c'est lui qui est le fer de lance de son activité, pour autant il ne faut véhiculer que des messages professionnels et arrêter de mélanger les genres. Car cela dessert plus qu'autre chose. Donc les réseaux sociaux, c'est bien, mais il faut savoir s'en servir à bon escient. Ils permettent de multiples choses formidables pour se faire connaître, tisser des liens, apprendre des choses.

Dès lors, comment faire prendre conscience du potentiel que représente internet pour leur activité ?

Là est la question. Il y a un vrai travail de conviction et de sensibilisation à faire qui n'est pas simple. De plus, il est difficile de lutter contre des idées préconçues et cette impression que la communication, c'est facile, que tout le monde est capable, et que sinon ça coûte cher de faire faire. Au-delà du web, c'est tout l'aspect communication qui est à revoir chez les TPE. Combien font faire leur logo, quand elles en ont un, par leur sœur ou leur fils ? Combien font faire leurs cartes de visite par des sites en ligne qui en proposent des gratuites à partir du moment où il y a leur nom au dos avec la mention gratuite. Combien n'ont aucun document de présentation de leur activité. Et j'en passe. Sans parler des entreprises qui ont un site internet bidouillé par un copain ou un cousin. Il faut comprendre que communication veut dire commercial. Et véhiculer une image médiocre à travers ses outils de communication c'est être un mauvais commercial. De même, ne pas exister du tout sur internet, c'est aussi être un mauvais commercial. Il faut absolument aujourd'hui laisser des traces numériques. Quelle est votre réaction lorsque vous « googlisez » quelqu'un ou une entreprise et que vous ne la trouvez pas ? Est-ce que cela donne envie ? Non. Au contraire, ça inquiète.

Les TPE disposant d'un site internet ont-elles bien assimilé l'intérêt d'une telle présence ou le sont-elles par défaut ?

Je crois que dans ce domaine, il y a de tout. Il y a ceux qui y sont parce qu'ils ont bien compris les enjeux et qui le font bien. Avec l'envie de progresser dans le temps et d'innover. Et à l'autre bout, il y a ceux qui y sont parce que cela se fait, mais c'est souvent mal fait comme je viens de le dire précédemment, ou bien les données sont obsolètes en partie, ou techniquement il y a des bugs, sans parler de fautes de français, etc. Dans ce domaine comme dans tout, il faut bien faire les choses et s'en donner les moyens. Il faut surtout que les entrepreneurs sachent s'entourer de professionnels pour gérer leur communication. Cela leur sera bien plus profitable qu'ils ne le pensent, et ils en auront pour leur argent !

De quelle manière peuvent-elles tirer profit des réseaux sociaux ?

Je dis souvent que même si on n'a pas de site internet, il faut au moins être sur les réseaux sociaux. Mais de la bonne manière une fois de plus. Cela veut dire, qu'avec ou sans site internet, une entreprise doit être sur les réseaux sociaux, sachant que dans l'idéal comme je l'ai dit avant, il faut les deux. A minima, cela permet de vous trouver lorsqu'on vous cherche sur Internet. Vous existez. Et cela prouve que vous savez vivre avec votre temps puisqu'ils sont devenus incontournables. Avec 40 millions d'internautes dont 20 millions de mobinautes en France, et 82 % des internautes qui se déclarent membres d'au moins un réseau social, ça serait dommage de passer à côté de cette manne. Les réseaux sociaux sont une vitrine, c'est votre magasin. A vous d'arranger votre vitrine pour donner envie de rentrer dans votre magasin.

Il faut que vous sachiez les utiliser, diffuser régulièrement des informations, modifier vos informations périmées, donner du contenu aux autres, faire circuler des informations que vous y trouvez, etc. Les réseaux sociaux offrent chacun des modes de fonctionnement différents, il faut donc sélectionner ceux qui vous correspondent le plus ou ceux qui vous semblent les plus faciles d'accès. Il faut aussi voir dans les réseaux sociaux un excellent moyen de veille informative immédiate. C'est un avantage énorme.

Propos recueillis le 13 Février 2013 par Damien Langin, consultant [OSERESO](http://www.osereso.com)