

Multicanal, ou rien!

Si l'année 2007 fut celle du web 2.0, nul doute que 2008 sera celle du « multicanal »! Pas une convention, pas un séminaire, pas un comité de direction qui ne soit aujourd'hui consacré au grand défi du moment: la multiplication des points de contact avec nos clients... et les paradoxes qui l'accompagnent!

À l'heure d'internet, qui aurait ainsi parié sur la bonne vieille agence bancaire de proximité? Aucun expert. Les grands réseaux ne cessent pourtant d'ouvrir de nouveaux établissements, préemptant les meilleurs emplacements disponibles pour aller au contact direct de leurs clients. Au moment où l'e-commerce accumule les records de vente, qui aurait misé sur le « mortar », forcément « has been »? Pas grand monde... Et, parallèlement, les distributeurs traditionnels qui ont intelligemment pris le virage du web multiplient les succès.

Plus que jamais, le client apprécie tout ce qu'on lui propose: disponibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, réponse immédiate, garantie de satisfaction, multiplicité des modes de contact, etc. Le seul problème est qu'il devient grâce au web plus compétent



■ **Philippe Bloch**, fondateur de Columbus Café et auteur de *Bienheureux les fêlés...* (éd. Robert Laffont) www.bookeetown.com

et mieux informé sur les sujets qui l'intéressent que la plupart des vendeurs qu'il rencontre dans la « vraie vie ». Et, dans bien des cas, il se demande alors pourquoi continuer à fréquenter des points de vente où rien ne correspond plus à ses attentes ou ses besoins. Où les agents de voyage en savent moins que lui sur le pays qu'il souhaite visiter. Où les vendeurs d'équipements sont moins pointus que lui sur les caractéristiques du dernier modèle sorti.

Tous les entrepreneurs sont, ou seront bientôt confrontés à ce challenge. La question n'est plus en effet de savoir s'il faut ou non être multicanal. Le client a tranché. Il veut tout, sans quoi il ira voir ailleurs. Encore faut-il parvenir à mettre en œuvre la démarche de façon simple, fiable et rentable. Notre vrai défi est de repenser le rôle et la formation de tous ceux qui accueillent ou rencontrent nos clients sur le terrain. Car ne nous trompons pas. Tout ce qui pourra être fait directement en ligne le sera. Et nos clients ne viendront plus jamais chercher la même chose lorsqu'ils prendront la peine de venir à notre rencontre. Cela nous impose un devoir de créativité, de compétence et de gentillesse. Autant dire qu'il ne faut pas crier victoire trop tôt...

LES ÉVÉNEMENTS DE L'ENTREPRISE

■ Fiscap

> Les 14 et 15 février au Palais des congrès de Paris

Le premier salon de l'ingénierie fiscale, patrimoniale et financière. Pour rencontrer les spécialistes de la gestion de portefeuille. www.fiscap.fr

LES INITIATIVES DE L'ÉCONOMIE

> Appel à candidatures jusqu'au 29 février

Les Initiatives de l'économie récompensent des actions des institutions publiques ou privées au service des entreprises. Remise des prix le 15 avril, au Sénat. Inscription: www.initiatives-economie.com

SITL EUROPE 2008

> Du 11 au 14 mars, à Paris-Nord Villepinte, hall 5

La SITL offre un accès aux produits et services relatifs

à la logistique internationale de distribution et d'approvisionnement. www.salon-sitl.com

LES ESPOIRS EUROPÉENS DE L'INNOVATION

> Les 18 et 19 mars, à Reims

Organisés dans le cadre d'Innovact, le forum de la jeune entreprise innovante s'impose comme un rendez-vous majeur. Candidature: www.innovact.com

TREMPIN ENTREPRISES

> Les 8 et 9 juillet, au Sénat

Le premier événement du capital-risque en France permet à des entrepreneurs de rencontrer les investisseurs susceptibles de financer leur entreprise. L'appel à projets innovants est ouvert

jusqu'au 28 février 2008, dans quatre catégories: logiciels, internet et services; matériaux; composants et systèmes; sciences de la vie. Dossier d'inscription [un business plan à compléter] sur www.tremplinentreprises.com

Renseignements: Clémentine Bouchayer. Responsable Communication et Événements. Tél.: 01 75 55 40 10. Fax: 01 75 55 41 20. E-mail: cbouchayer@lentreprise.com

