



Communiqué de presse  
16 octobre 2017

## **Les petites entreprises B2B ne doivent pas avoir peur de passer au numérique**

***Une nouvelle étude souligne les bénéfices potentiels de la numérisation pour les entreprises B2B***

**Les petites entreprises B2B ne doivent pas avoir peur d'investir dans les technologies numériques, car elles peuvent déboucher directement sur de nouvelles opportunités commerciales. C'est ce qu'il ressort d'une récente publication de deux professeurs d'emlyon Business School, [Margherita Pagani](#) et [Cathy Pardo](#).**

Pour mener cette étude, elles ont interviewé des managers en marketing digital de sociétés B2B provenant de cinq secteurs d'activité différents. Leur conclusion : malgré les coûts initiaux, la transformation digitale peut apporter des avantages considérables aux petites entreprises.

Premier constat : la numérisation permet d'améliorer les processus internes et la coordination grâce notamment à l'introduction d'un système CRM basé sur le Cloud. Mais elle offre surtout l'opportunité aux petites entreprises de se connecter à des sociétés et des fournisseurs avec lesquelles elles n'auraient pas pu entrer en contact par ailleurs.

Cela peut se traduire par de nouvelles relations commerciales, encourage le partage des connaissances et génère potentiellement de nouvelles activités.

Comme l'explique Margherita Pagani : « *Le secteur B2B traditionnel est souvent considéré comme étant à la traîne par rapport au secteur B2C en matière d'innovations et de changements numériques. Bon nombre de sociétés se montrant réticentes à appliquer les technologies numériques. De manière générale, les gens n'aiment pas trop le changement. Mais les petites entreprises B2B ne doivent pas avoir peur de se lancer dans le digital car les bénéfices qu'elles peuvent en retirer en valent vraiment la peine. Nos recherches devraient encourager les petites entreprises B2B traditionnelles à investir dans la transformation numérique afin d'améliorer leurs réseaux et de créer toujours plus d'opportunités pour elles-mêmes.* »

Ces conclusions proviennent des recherches menées par les deux professeurs sur « *L'impact de la technologie numérique sur les relations au sein d'un réseau commercial* » ('*The Impact of digital technology on relationships in a business network*'), publié dans l'*Industrial Marketing Management Journal*.

**Pour entrer en contact avec les auteures de l'étude :**

**Contact communication académique emlyon business school**

Valérie Jobard [jobard@em-lyon.com](mailto:jobard@em-lyon.com) + 33 4 78 33 78 29 - @valeriejobardPR