

<https://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/72008/experience-client--une-arme-puissante-contre-l-hegemonie-des-plateformes-numeriques-mondiales.shtml>

🏠 > Web & Tech > ECommerce

Expérience client, une arme puissante contre l'hégémonie des plateformes numériques mondiales

Chronique de Emmanuel Richard
Extens Consulting

06/11/19 10:33

L'hégémonie des plateformes numériques mondiales ne laisse plus personne indifférent. Conçues comme un endroit fédérateur pour les professionnels d'un secteur, promues comme un annuaire précieux pour les clients, elles deviennent un danger pour la pérennité des économies locales. Comment ces géants en sont-ils arrivés là ?

Au commencement était la promesse. A l'instar de la franchise traditionnelle, les plateformes numériques sont arrivées avec leur image, leur visibilité mondiale, des moyens de promotion inaccessibles pour des petits commerçants, et ont su se donner une image de partenaire à leurs côtés. C'est un partenaire qui joue la carte de la séduction, fondée sur une expérience client moderne et recherchée par les particuliers. Mais cette séduction qui plaît au consommateur leur permet rapidement de construire un monopole. Plus grande est la visibilité, plus devient impitoyable la politique de notation. Le partenaire se transforme en « marionnettiste », faisant la pluie et le beau temps dans un rapport de forces disproportionné. Le monopole, autrefois relevant du domaine exclusif des Etats, est aujourd'hui permis par le numérique, en échappant à tout cadre réglementaire, comme le prouve la victoire de Google face à la CNIL à la Cour de justice de l'Union européenne du 24 septembre 2019. Aujourd'hui, force est de constater que les Etats sont impuissants. Or, ce ne seront jamais ces plateformes mondiales qui feront vivre notre économie locale. Où alors chercher les secours ?

En quête d'un parcours client sans faille

Si les plateformes actuelles ont pu remporter un succès aussi franc, c'est notamment grâce à leur prise de conscience de la puissance de l'expérience client dans la préférence de marque, qu'il s'agisse du client final, un particulier, ou de leur client « commercial », le professionnel. Elles en ont compris l'impact et élaboré des parcours clients sans faille, offrant une simplicité d'usage sans précédent... Dans la restauration par exemple, la commande de repas en livraison a été simplifiée au point qu'il est possible aujourd'hui d'utiliser un seul compte non seulement pour contacter divers restaurants de sa ville, mais aussi ceux des villes proches et lointaines, dans le monde entier. Une offre en parfaite adéquation avec les besoins des populations modernes mobiles. Cette expérience client parfaite, quel que soit le secteur, a été un des principaux moteurs de leur succès, un levier de croissance largement ignoré à l'époque – et encore aujourd'hui sous-estimé par de nombreuses entreprises « traditionnelles ».

Or, les enjeux sont énormes, de nombreux commerçants et prestataires de services jouent aujourd'hui leur survie sur le marché. Sans une économie locale et souveraine, ne nous dirigeons-nous pas vers une sorte d'oligarchie numérique ? Vers une réalité qui ne dépendra pas de nous, ni des gouvernants que nous élisons ? Réveillons-nous et apprenons de nos erreurs. Certes, les

géants peuvent impressionner, mais il est encore possible de bâtir des alternatives si nous offrons des expériences client plus modernes, complètes et transparentes *made in France*. Mais c'est maintenant qu'il faut agir.