

LA DIGITALISATION, UN LEVIER INDISPENSABLE DE CROISSANCE

Lancée à une période où le Web n'était pas aussi stratégique qu'il l'est aujourd'hui, notamment en B to B, Yoozly aide les entreprises dans leur transition vers le numérique avec un mot d'ordre : la cocréation.

Amandine **PINOT**



L'équipe est arrivée à Villeneuve-d'Ascq il y a deux ans.

Ils sont une quinzaine à plancher sur les cas clients et dans quelques mois ils seront une vingtaine. On le sait, le milieu du numérique embauche et ce n'est pas Nicolas Sauvage, directeur associé de Yoozly, qui le démentira : «Le marché est tendu car les métiers bougent énormément. Dans la région, il y a une très forte maturité sur le domaine, notamment liée à notre historique dans la grande

distribution.» Le numérique intéresse aujourd'hui tous les secteurs d'activité, à l'image des clients de l'agence digitale villeneuvoise : Salti, Roquette, Baudalet environnement, Decathlon, mais aussi le Louvre-Lens. «Nous avons deux grands pôles au sein de l'agence : la conception et la réalisation. Tous nos clients opèrent cette transformation numérique, que ce soit pour augmenter leur chiffre



Nicolas Sauvage est arrivé chez Yoozly en 2011.

d'affaires ou accroître la productivité», détaille Nicolas Sauvage. Cela peut passer par l'augmentation des flux sur un site Web, l'exploitation des supports ou encore la création d'une interface dédiée pour les collaborateurs. «Les clients veulent du 'time to market'. Mais attention : il ne faut pas résumer le digital à la technique et à l'informatique, il est transverse à l'entreprise.»

Yoozly crée donc des services digitaux pour ses clients, avec surtout des phases d'immersion en entreprise et la conception des priorités avec le client : conception d'un site de communication interne, application mobile pour équiper la force de

vente... «Techniquement, tout se digitalise, mais il faut regarder la digitalisation sous le prisme de la création de valeur.»

Si Nicolas Sauvage garde le chiffre d'affaires confidentiel, il espère maintenir un pourcentage de croissance entre 10 et 15% pour les années à venir. Parmi les importants défis qui attendent Yoozly, les solutions digitales tenant compte de la mobilité et de ses contraintes nouvelles selon le support sur lequel l'information est diffusée. «Nos clients sont conscients que la mobilité n'est plus optionnelle. Dans le B to B ou le B to C, les exigences sont les mêmes, notamment la rapidité.» Et en interne les interfaces doivent aussi être faciles d'utilisation, aussi bien techniquement que graphiquement. Pour Baudalet, l'agence a par exemple digitalisé le parcours client (renouvellement du contrat, certifications...) afin de désengorger les appels entrants et apporter l'information rapidement. Avec une clientèle mi-régionale et mi-nationale, Yoozly entretient une relation basée sur la cocréation et le codesign. «Nous leur rendons visible la partie invisible de la technique. Nous ne sommes pas sur des solutions toutes faites mais sur un développement spécifique, avec une part d'inconnu et de créativité.»

Le digital est transverse à l'entreprise

MAINTENIR LA CROISSANCE