

Communiqué de presse IDC

Les grandes entreprises doivent retrouver le contrôle de la prolifération de leurs sites web pour améliorer leur expérience client

- Les sites web sont considérés comme le canal le plus important pour une expérience client de qualité et 33% des grands groupes ne sont pas satisfaits des modalités opérationnelles et de la gouvernance de leurs sites
- Les entreprises sont seulement un peu plus de 50% à avoir mis en place une organisation centralisée pour gérer les sites, et elles ne sont que 45% à considérer qu'elles sont performantes dans la gestion des opérations de leurs sites
- En moyenne les groupes de plus de 5000 salariés interrogés ont mis en place 25 sites web en France et 17 à l'étranger, et les budgets d'investissements sont en hausse pour tous les types de sites
- La sécurité est un enjeu majeur pour les directions informatiques et les directions générales, mais n'est que le 5^{ème} enjeu autour des sites web et d'importants progrès restent à faire dans sa prise en compte

Paris, le 3 Décembre 2015

La dernière étude IDC confirme l'importance grandissante des sites web pour une expérience client réussie.

Un canal de vente piloté par les métiers

L'implication des métiers dans le choix et le financement des solutions informatiques était déjà une tendance forte identifiée par IDC puisque qu'en 2015, 61% des projets informatiques étaient déjà financés par les directions métiers. L'étude IDC apporte un éclairage encore plus marquant pour l'univers des sites web, puisque dans ces environnements, ce sont **85% des projets de création de sites web qui sont financés directement par les directions marketing, communication, commerce ou digitale** dans les groupes de plus de 5000 personnes, contre seulement 15% par les directions informatiques.

Cette prise en charge directe par directions métiers illustre des tendances majeures autour des sites web:

- **L'expérience client** est un élément fondateur de la transformation actuelle des organisations et les sites web sont considérés par **37% des répondants comme le canal le plus important permettant d'assurer une expérience client unifiée et de qualité**, devant l'expérience en magasin (18% des répondants), les circuits de revendeurs (17%) ou encore les centres d'appels (23%).
- Pour faire face à la diversité des enjeux, les entreprises ont largement investi dans les sites institutionnels, les sites événementiels, les sites de contenu riche, les sites e-commerce ou encore les sites communautaires. **Les entreprises interrogées disposent en moyenne de 25 sites web en France**, et sur l'ensemble de ces types de sites, les budgets sont à la hausse, sur un marché informatique où la dépense des entreprises reste contenue.

Un niveau de maturité faible dans la gestion des sites web

Si les sites web ont pris une place majeure dans l'expérience client, leur gouvernance reste encore imparfaite:

- L'augmentation du nombre de sites, leur diversité croissante et les investissements consentis modifient les besoins de gouvernance des sites web mais les entreprises sont seulement un peu **plus de 50% à avoir mis en place une organisation centralisée pour gérer les sites**, et elles ne sont que 45% à considérer qu'elles sont performantes dans la gestion des opérations de leurs sites.
- Les entreprises font en moyenne appel à **4,5 prestataires** pour créer et gérer leurs sites web et le marché est très atomisé entre de très nombreux intervenants.
- Si la gouvernance change, le niveau d'efficacité est encore très perfectible. Les entreprises ne sont que **67% à se déclarer satisfaites ou très satisfaites des modalités opérationnelles** et de la gouvernance de leurs sites. **64% d'entre elles envisagent d'ailleurs une évolution des modalités opérationnelles** concernant la création et la gestion de tout ou partie de leurs sites web. Ces évolutions concerneront tant la gouvernance, que les technologies utilisées ou les méthodes de développements et de mise en production.
- Lors de la dernière enquête réalisée par IDC autour de la gestion des données, la sécurité des données apparaissait comme la priorité principale de la direction informatique, devant la réduction des coûts ou l'amélioration de la performance des systèmes. **Concernant les sites web, la sécurité des données apparaît ici comme le 5ème enjeu**, derrière la mise à jour du contenu, les besoins de personnalisation selon l'utilisateur, la disponibilité des sites et les fonctionnalités sociales, mais devant les problématiques de référencement, l'amélioration des dépenses publicitaires ou le time to market. Les enjeux de sécurité sont donc pris en compte, mais avec moins de considération que les enjeux très métiers. Les statistiques d'attaques des sites web nous apprennent pourtant qu'il s'agit ici d'un enjeu tout à fait fondamental avec des conséquences financières très lourdes et un impact réel pour l'instauration de la confiance des entreprises auprès des utilisateurs des sites web.

Méthodologie

Cette étude présente les résultats d'une enquête réalisée par IDC pour le compte d'Alter Way et Numergy. 60 organisations françaises, publiques et privées, appartenant à des groupes de plus de 5000 employés ont été interrogées dans le cadre de cette enquête.

L'ensemble des secteurs d'activité a été représenté, en particulier: 17% de répondants du Secteur public (local et national), 17% du secteur Commerce et Distribution, 33% du secteur Services (dont banque finance assurance, services professionnels, transport et utilities) et 33% du secteur industrie et BTP.

72% des répondants sont issus des directions métiers et 28% sont issus de la direction informatique. L'ensemble des répondants dispose d'un rôle de décision concernant les sites web de leur groupe.

Ce communiqué est issu de l'Etude IDC pour Alter Way et Numergy "**Gouvernance des sites web : quels enjeux pour les grandes entreprises à l'heure de la transformation numérique ?**"

Contact : Anne-Sophie SIPOS, Responsable Marketing – asipos@idc.com - 01.56.26.26.64 – [site IDC](#)

A propos d'IDC

IDC est le premier groupe mondial d'études de marché et de conseil en marketing sur les secteurs des technologies de l'information (informatique, télécom, internet et nouveaux médias). Présent dans 60 pays, IDC combine dans chacun d'entre eux son expertise locale à un réseau international de plus de 1.000 analystes.

IDC France met à la disposition de ses clients des outils de recherche sans équivalents :- Des études de marché françaises, européennes et internationales sur les matériels, logiciels, services et télécommunications.

- Un fond documentaire unique, accessible grâce à notre service d'information à la demande : IDC en Direct.

- Une cellule d'enquêteurs téléphoniques spécialisée, ainsi qu'une base de données de 25 000 sites utilisateurs qualifiés.

Parmi les références clients d'IDC France figurent toutes les plus grandes entreprises de l'informatique et des télécommunications.