



Perspectives 2019 : le point de vue d'une PME de la Fondation Renaissance

La technologie au service d'une vision claire

Une fois que l'on sait ce que l'on veut réaliser, la question n'est pas de se demander si technologie il faudra, mais plutôt de savoir laquelle utiliser pour atteindre ses objectifs. L'enjeu pour les PME reste dès lors de prendre en compte l'entier de leurs processus tels que l'expérience client par exemple, pour ensuite les optimiser grâce à la technologie.

Par Patrick Minder
CEO de JLS Digital

Blockchain, Intelligence artificielle ou encore Réalité Augmentée, ces termes tendance ont non seulement dominé les thématiques des médias et des conférences ces dernières années, mais ils ont aussi impacté la gestion de tous les secteurs d'activités.

La mise en réseau croissante des personnes et des appareils grâce à une puissante technologie informatique offre certes de nouvelles opportunités pour les entreprises de tous les secteurs, mais il faut également considérer que nombre d'entre elles pourraient être déçues, dans un avenir proche, par des attentes parfois exagérées à l'égard de ces technologies.

Ces attentes peuvent se traduire par des managers qui, aujourd'hui, considèrent souvent la technologie comme un salut. Cependant, les technologies sont également soumises à un cycle de vie et peuvent, dans certains cas, ne pas s'avérer aussi pertinentes pour une branche comme pour une autre. Pour illustrer cette idée, abordons l'Intelligence Artificielle par exemple. Il y a quelques années, la traduction automatique apportait des résultats si peu qualitatifs que les agences de traduction devaient reprendre l'intégralité des textes automatiquement traduits depuis le point de départ. Aujourd'hui, la technologie s'est tellement développée qu'il est souvent plus judicieux pour un traducteur de faire traduire son texte d'abord par la machine et de l'affiner ensuite.



« Chez JLS Digital, nous sommes convaincus qu'il est du devoir de chaque entreprise d'examiner les technologies en permanence et de manière critique. Mais en priorité, nous considérons qu'une bonne stratégie numérique est avant tout une bonne stratégie « tout court ». »

Patrick Minder
CEO



Chez JLS Digital, nous sommes convaincus qu'il est du devoir de chaque entreprise d'examiner les technologies en permanence et de manière critique. Mais en priorité, nous considérons qu'une bonne stratégie numérique est avant tout une bonne stratégie « tout court ». Une bonne stratégie numérique ne se concentre pas sur la technologie elle-même, mais sur le problème de fond à résoudre, comme les coûts des processus ou l'expérience client par exemple. Les discussions d'aujourd'hui se concentrent trop souvent sur la technologie, faisant ainsi ressortir des phrases superficielles telles que : « Nous utilisons dès aujourd'hui la Blockchain ».

Pour les PME en particulier, il ne s'agit pas de se concen-

trer uniquement sur les technologies, mais avant tout sur les problèmes concrets et le potentiel d'optimisation au niveau de l'expérience client, de la gestion des processus et du développement des produits.

Ce n'est que lorsque vous savez ce que vous voulez réaliser, que la question de la gestion de la technologie se pose.



DIGITAL
marketing

En 2017, la fondation de placement Renaissance et le management de JLS DIGITAL se sont alliés pour reprendre l'ensemble du capital de la société dans le cadre d'un Management Buy-Out. Avec cet investissement, Renaissance a soutenu le développement de l'activité principale de JLS et lui a permis d'investir dans de nouvelles innovations.

JLS Digital basée à Lucerne et à Zurich occupe 64 employés. Le Conseil d'administration est présidé par Mme Andrea Wucher. Xavier Patenot, administrateur, représente la Fondation Renaissance. www.jls.ch

Investie par plus de 40 caisses de pension, Renaissance est un partenaire de choix pour assurer aux PME suisses le financement de leur succession et de leur croissance.



info@renaissance.net



www.renaissance.net