



sortlist

Research Institute

PME & Site Internet en 2020

OÙ EN EST LA DIGITALISATION ?



Une étude réalisée auprès de 500
PME européennes



Table des Matières

AVANT-PROPOS

À PROPOS DE SORTLIST

I. OÙ EN SONT LES PME EUROPÉENNES ?

De plus en plus de PME présentes sur le web

Facteurs favorables à la création de site Internet

La situation en France, Belgique, Espagne,

Pays-Bas et Allemagne

II. POURQUOI TOUTES LES PME N'ONT PAS DE SITE INTERNET

Le secteur d'activité

L'usage des réseaux sociaux

Le manque de budget

Le manque de compétences

III. LES PRIORITÉS DES PME AYANT UN SITE INTERNET

Avoir un site mobile-friendly

Produire du contenu de qualité

Améliorer la sécurité et l'UX

L'importance du SEO est sous-estimée

IV. COMMENT LES PME CONSTRUISENT LEUR SITE WEB

CONCLUSION

Avant-propos

Avec la crise sanitaire que nous vivons aujourd'hui, l'importance de la digitalisation revient constamment sur la table et tout le monde explique qu'il faut pouvoir atteindre ses clients par le biais d'Internet.

Ceci est vrai, mais qu'en est-il dans les faits ?

Pour répondre à cette question, nous avons mené une étude auprès de 500 PME dans le but de mieux comprendre comment ces entreprises perçoivent leur site Internet et leur présence en ligne.

Notre étude présente dans quelle mesure les PME européennes disposent d'un site Internet et quelles sont les plus susceptibles de déjà avoir un site web. Vous découvrirez que différents facteurs ont un rôle à jouer, comme le chiffre d'affaire et la nationalité par exemple.

De plus, notre étude révèle les 5 priorités que les PME disposant d'un site Internet se sont fixées pour 2020.

Bonne lecture !

À propos de sortlist

Fondée en 2014 par Thibaut Vanderhofdstadt (CEO), Nicolas Finet (CMO), Charles De Groot (CTO) et Michael Valette (CPO), Sortlist est la communauté leader en Europe des agences indépendantes.

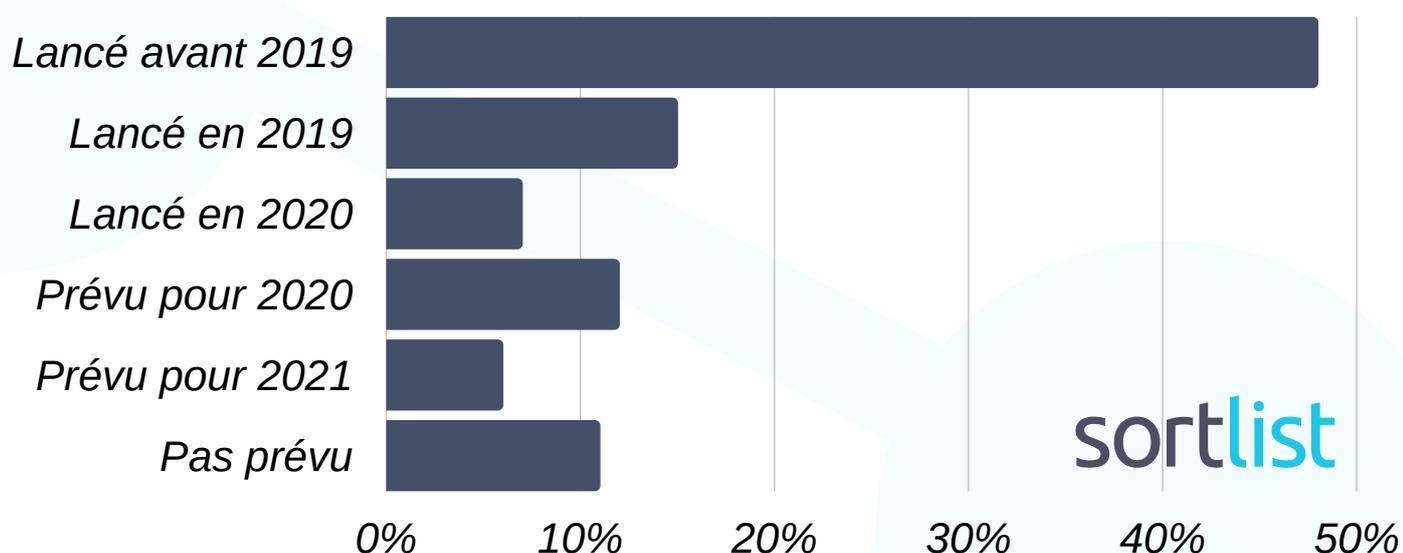
Depuis sa création, Sortlist accompagne la croissance des entreprises et des agences en permettant à celles-ci de se concentrer sur la satisfaction de leurs clients et aux entreprises de se concentrer sur le succès de leurs marques.

En 2020, Sortlist compte plus de 80 collaborateurs à travers le monde et est le leader européen de son secteur, soit 6 ans seulement après sa création.

I. Où en sont les PME européennes ?

De plus en plus de PME présentes sur le web

Nombre de PME ayant un site web



sortlist

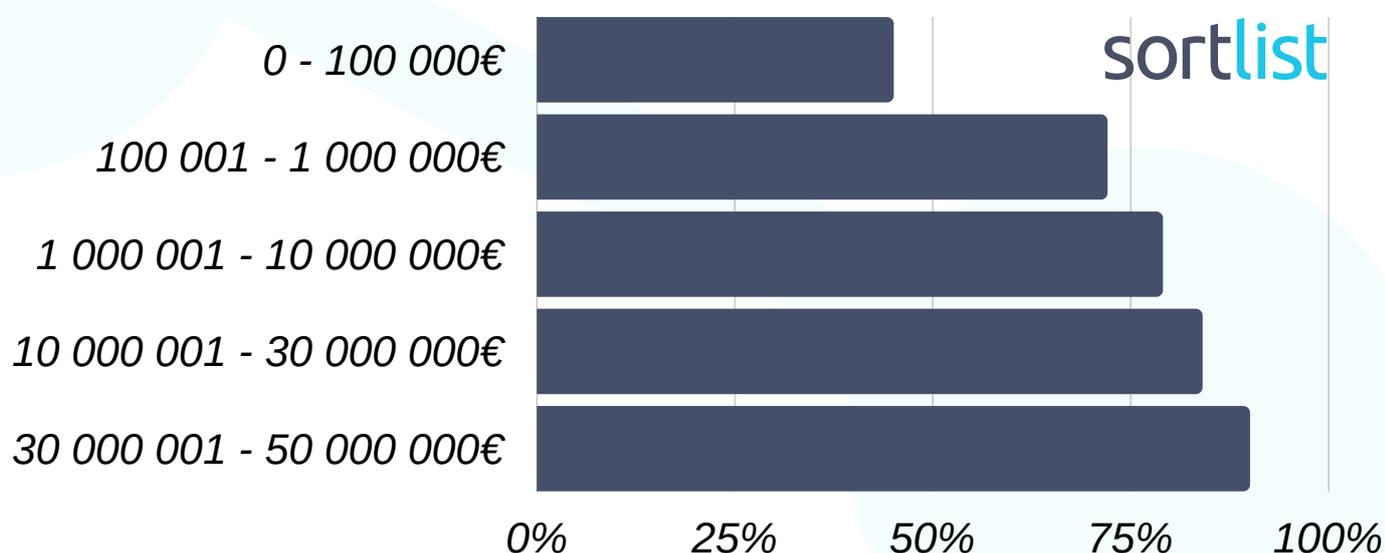
Le fait d'avoir un site Internet n'est plus une recommandation. C'est une prescription. Aujourd'hui, si une PME n'est pas présente sur Google, elle manque une opportunité immense d'augmenter la taille de sa clientèle.

Et fort heureusement, les PME en sont conscientes :

47% des PME ont lancé un site web avant 2019 et près de **15%** en ont lancé un en 2019.

Facteurs favorables à la création d'un site Internet

Nombre de PME ayant un site web en fonction de leur chiffre d'affaire annuel



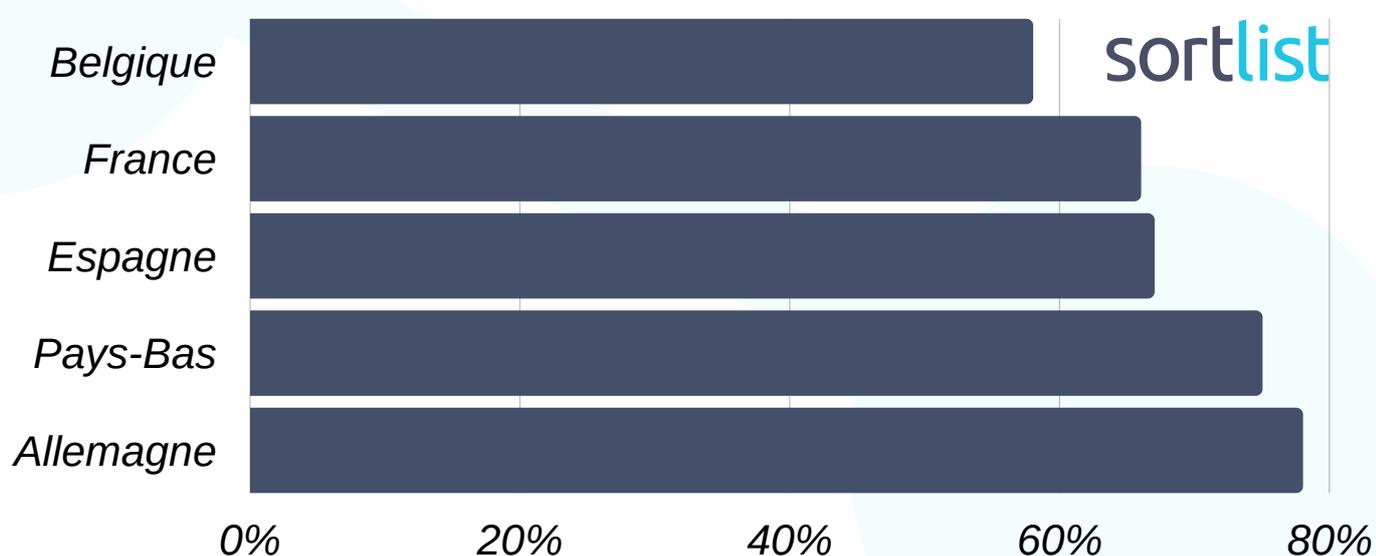
La taille de la PME et son chiffre d'affaire sont directement corrélés avec l'utilisation d'un site Internet.

Concrètement, **90%** des entreprises ayant un chiffre d'affaire annuel allant de 30 à 50 millions d'euros disposent d'un site Internet.

Pour les entreprises dont les revenus annuels se trouvent entre 0 et 100 000€, ce chiffre tombe à **45%**.

Facteurs favorables à la création d'un site Internet

Nombre de PME ayant un site web en fonction de leur nationalité



En fonction de la nationalité de la PME, ses chances d'avoir un site Internet sont différentes. Les PME belges sont les moins susceptibles d'avoir une présence en ligne, alors que les PME allemandes sont loin devant.

En effet, alors que **78%** des PME allemandes déclarent avoir un site Internet, ce chiffre chute à **58%** pour les PME belges. Les Pays-Bas sont en deuxième position, avec 75% des PME ayant un site web, alors que la France et l'Espagne sont respectivement à **66%** et **67%**.

Zoom sur la situation de la Belgique

Qu'en est-il des PME belges ?



42% des PME belges n'ont pas de site Internet, soit le chiffre le plus élevé de cette étude.

En revanche, les **58%** de PME belges qui ont un site Internet semblent être plus préoccupées que les PME françaises, allemandes, et espagnoles de leur transition vers le mobile : **43%** des PME belges veulent rendre leur site plus adapté au format mobile et la majorité d'entre elles veulent améliorer la sécurité de navigation sur leur site web.

Zoom sur la situation de la France

Qu'en est-il des PME françaises ?



34% des PME ne disposent pas d'un site Internet. Parmi les **66%** qui ont bel et bien un site web, nous avons remarqué deux priorités : **35%** veulent rendre leur site web plus adapté au format mobile et la majorité d'entre elles veulent produire du contenu de qualité.

Zoom sur la situation de l'Espagne

Qu'en est-il des PME espagnoles ?



En Espagne, la situation est assez similaire à celle de la France. Ce sont **33%** des PME qui n'ont pas de site Internet, et les priorités des **67%** de PME équipées d'un site web sont les mêmes : **35%** veulent rendre leur site web plus adapté au format mobile et la majorité d'entre elles veulent produire du contenu de qualité.

Zoom sur la situation des Pays-Bas

Qu'en est-il des PME néerlandaises ?



Aux Pays-Bas, **25%** des PME n'ont pas de site Internet. En revanche, pour les **75%** qui disposent bien d'un site Internet, on observe une différence de priorité par rapport à la France et l'Allemagne : **51%** de ces PME veulent rendre leur site web plus adapté au format mobile, soit plus de la moitié !

Zoom sur la situation de l'Allemagne

Qu'en est-il des PME allemandes ?

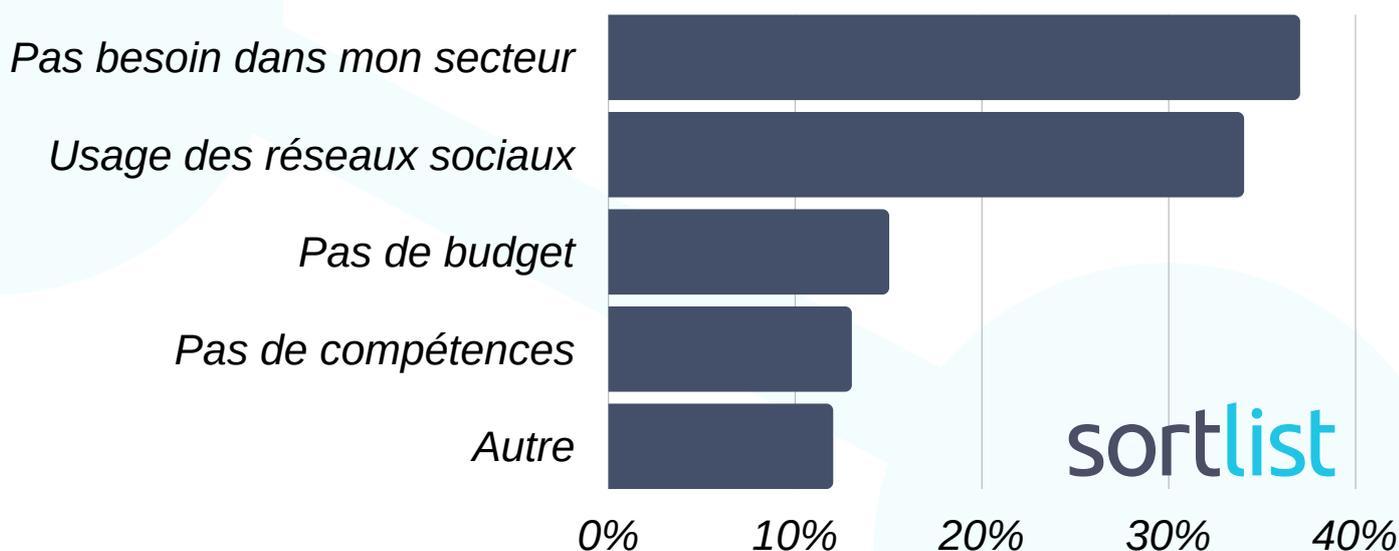


En Allemagne, **22%** des PME ne disposent pas d'un site Internet. Parmi les **78%** qui ont un site web, ce sont les deux mêmes priorités qu'en France et en Espagne qui reviennent : **36%** veulent rendre leur site web plus adapté au format mobile et la majorité d'entre elles veulent produire du contenu de qualité.

II. Pourquoi toutes les PME n'ont pas encore de site Internet



Les 4 facteurs de non-création de site web



Selon notre étude, **37%** des PME ne sont pas convaincues qu'un site Internet leur serait utile dans l'industrie où elles exercent une activité professionnelle.

De plus, **34%** utilisent les réseaux sociaux au lieu d'avoir un site Internet, **15%** estiment ne pas avoir le budget qu'il faut, et **12%** expliquent ne pas disposer des bonnes compétences.

Nous allons explorer chacun de ces facteurs dans les pages qui suivent.

Pas besoin dans mon secteur d'activité

37% des PME disent ne pas être convaincues qu'un site Internet leur serait utile dans l'industrie où elles exercent une activité professionnelle.

Notre avis

Il y a deux problèmes derrière une telle croyance.

Premièrement, cela revient à complètement ignorer le fait qu'Internet est en train de conquérir chaque industrie. Elles ne sont peut être pas encore toutes concernées, mais ça ne saurait tarder.

Si nous devions revenir au début des années 2000, il est très probable que le libraire de votre quartier n'était pas convaincu qu'un site web lui serait utile. 10 ans plus tard, Amazon avait **19%** des parts de marché de la vente de livres, pour plus de **40 millions** de livres vendus en un an.

Pas besoin dans mon secteur d'activité

Notre avis

Ce n'est pas parce qu'un site Internet n'est pas pertinent aujourd'hui que ça ne le sera pas à l'avenir.

Et on en a eu la démonstration grandeur nature avec l'arrivée du Covid-19 : combien d'entreprises se sont rendues compte qu'elles dépendaient totalement de leur point de vente physique et que leur non présence sur le web allait les mettre en danger pendant la période du confinement ?

Le deuxième problème derrière ce raisonnement est qu'il néglige totalement la portée qu'un site internet peut donner à une entreprise. Il s'agit littéralement d'une fenêtre sur le monde qui permet de toucher une quantité de personnes infiniment plus importante qu'un simple point de vente.

Aujourd'hui, la compétition est mondiale. Une PME n'est pas seulement en compétition avec les entreprises qui se trouvent aux alentours, mais avec l'ensemble des entreprises qui proposent les mêmes services et/ou produits à travers le monde. Le fait de ne pas avoir un site Internet est une faille majeure pour faire face à cette compétition.

Usage des réseaux sociaux

Selon notre étude, **34%** des PME déclarent utiliser les réseaux sociaux au lieu d'avoir leur propre site Internet.



Notre avis

Le fait de se baser uniquement sur les réseaux sociaux pour assurer une présence en ligne à son entreprise est une stratégie qui présente des failles.

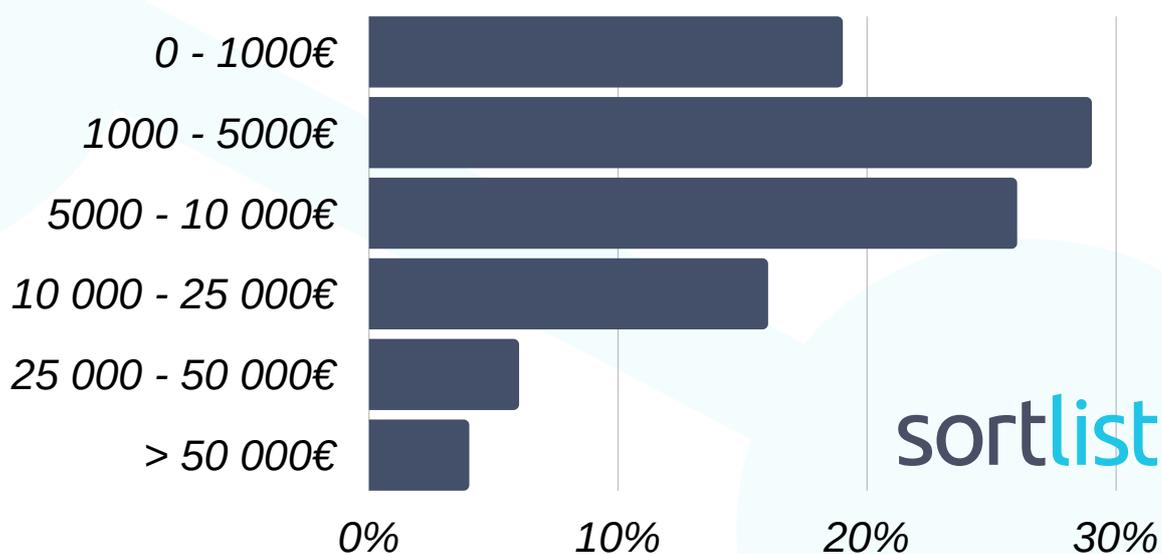
En termes d'image de marque, cela peut sembler étrange d'être présent sur Facebook, mais de ne pas avoir de site Internet. Quelle réaction un consommateur est-il susceptible d'avoir s'il découvre une entreprise sur Instagram, mais qu'il ne parvient pas à trouver son site web ?

De plus, il y a un risque en termes de contrôle. Une PME qui publie du contenu sur Instagram, Facebook, ou encore Twitter n'est pas chez elle. Sa visibilité peut être impactée par chaque modification de l'algorithme de publication que ces plateformes utilisent.

L'usage des réseaux sociaux et d'un site Internet sont complémentaires et les PME doivent avoir une stratégie de communication digitale globale pour préserver au maximum leur visibilité en ligne.

Manque de budget

Budget moyen alloué à la création d'un site Internet



Selon les résultats de notre étude, l'écrasante majorité des PME allouent un budget allant de **0 à 10 000€** pour la conception de leur site internet. Cependant, la troisième raison citée pour justifier l'absence d'un site Internet est justement le manque de budget.

Manque de budget

Notre avis

Le développement d'un site Internet ne devrait pas être perçu comme un coût, mais comme un investissement.

Certes, la création et la mise en place d'un site web représentent une charge. Cependant, les bénéfices associés à la création d'un tel site sont non négligeables :

- L'opportunité de toucher une audience globale
- Les ventes numériques permettent d'économiser du temps et du travail
- Une meilleure image de marque
- Plus efficace qu'un magasin physique
- La possibilité de suivre efficacement les résultats des ventes et des efforts marketing qui sont mis en place

De plus, plein d'outils permettent de créer un site Internet à moindre coût. On pourrait citer Squarespace et Webflow par exemple. Le prix d'un site Internet a drastiquement chuté avec les progrès technologiques, surtout pour une PME qui n'a pas les mêmes besoins qu'un grand groupe, et le manque de budget ne devrait pas constituer un obstacle au fait d'équiper sa PME avec un site web.

Manque de budget

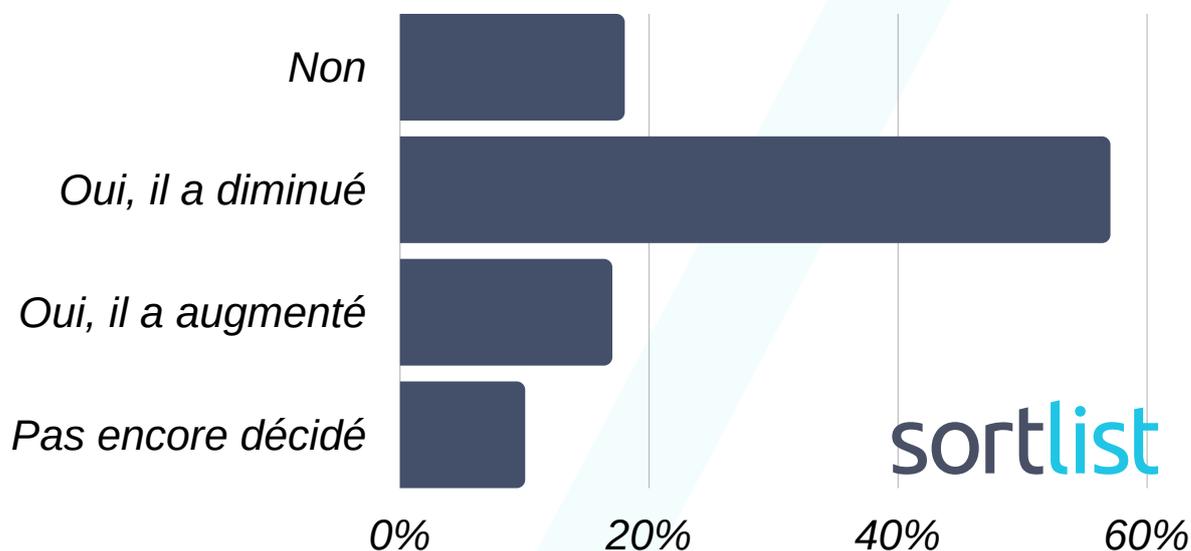
Un peu de contexte

Malgré tout, il faut aussi prendre en compte le contexte dans lequel cet obstacle du budget a été cité.

En effet, notre étude a été faite en pleine période Covid-19, et l'une des questions que nous avons posé était de savoir si le contexte économique avait impacté le budget marketing des PME interrogées.

C'est sans appel : près de **60%** des PME qui avaient planifié de créer un site web ont réduit leur budget dédié à leur présence en ligne.

Votre budget a-t-il été impacté par le Covid-19 ?



sortlist

sl

www.sortlist.fr

Manque de compétences

12% des PME expliquent ne pas disposer des bonnes compétences pour créer leur site Internet.

Notre avis

Une telle objection ne devrait pas avoir lieu d'être.

Tout d'abord parce qu'il existe des dizaines d'outils permettant de créer un site Internet très facilement, et ce sans toucher une seule ligne de code.

Ensuite, parce qu'avec le développement d'Internet, il est aujourd'hui possible d'acquérir des dizaines de compétences en lien avec la création et le maintien d'un site web. Il existe des milliers de ressources donnant des conseils sur la création de sites Internet, et ce étape par étape.

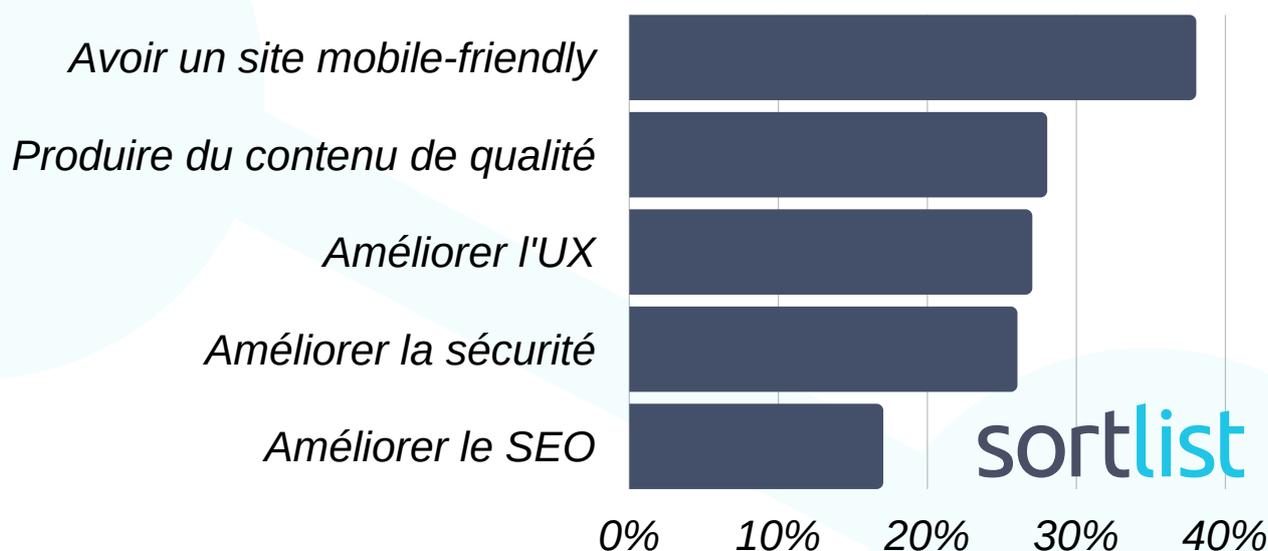
La connaissance est plus accessible que jamais.

Enfin, pour ceux qui ne disposent pas des compétences nécessaires et qui ne souhaitent pas mettre les mains dans le cambouis, il existe des services comme **Sortlist** qui permettent de trouver un prestataire très facilement.

III. Les priorités des PME ayant un site Internet



Les 5 priorités des PME pour leur site Internet

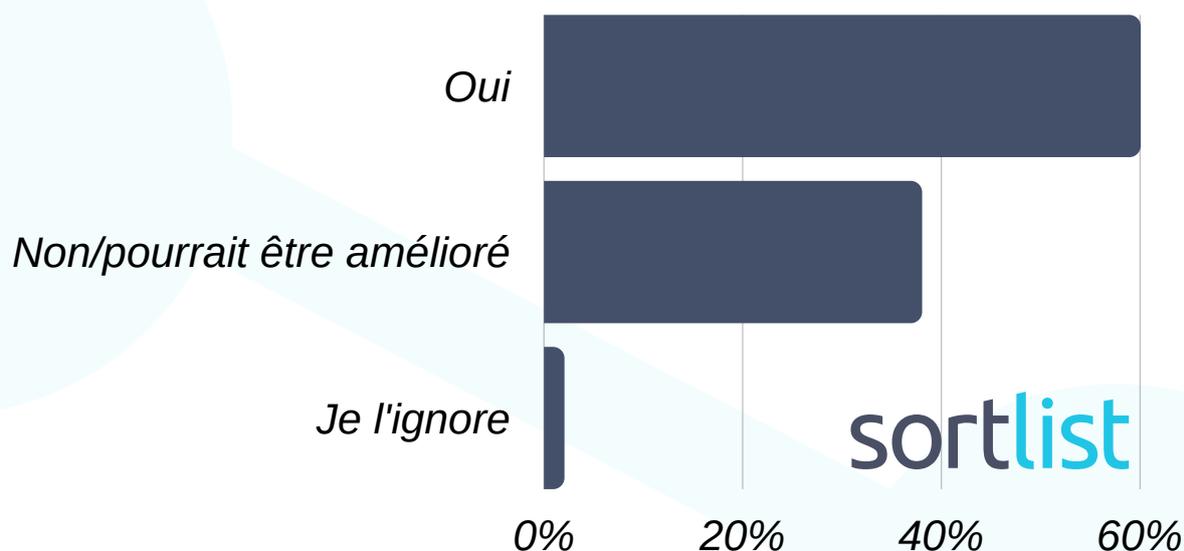


Notre étude a révélé que ces 5 éléments étaient les priorités que les PME s'étaient fixées pour leur site web en 2020.

Nous explorons chacune d'entre elles dans les pages qui suivent.

Avoir un site mobile-friendly

Votre site web est-il adapté au format mobile ?



Selon les résultats de notre étude, **38%** des PME considèrent que leur site devrait être plus mobile-friendly, et **26%** des PME interrogées considèrent qu'il s'agit de leur priorité pour l'année 2020. Et à juste titre ! Entre 2013 et 2019, les smartphones sont passés de 16,2% à 53,3% de parts de marché du trafic mondial.

De plus, ignorer la réactivité d'un site web peut avoir un impact majeur sur la capacité d'une entreprise à être compétitive sur les moteurs de recherche. En avril 2015, Google a lancé une mise à jour qui pénalise les entreprises qui ne créent pas de site web adapté aux mobiles.

Produire du contenu de qualité

Quand on sait que **59%** des consommateurs déclarent utiliser Google pour se renseigner sur un produit ou un service qu'ils envisagent d'acheter, la création d'un contenu de qualité a clairement un rôle à jouer dans la conversion de ces prospects en clients.

De plus, la création de contenu peut constituer un canal d'acquisition. En produisant du contenu à haute valeur ajoutée visant des mots clés en lien avec les domaines d'activités d'une PME, celle-ci est susceptible d'apparaître dans les résultats de recherches que sa clientèle cible effectue sur Google. Et ça fonctionne : **72%** des marketeurs disent que le marketing de contenu génère plus d'engagement et plus de leads.

Les marketeurs sont

72%

à considérer le marketing de contenu efficace

sl

www.sortlist.fr

Améliorer l'UX et la sécurité de navigation

Deux autres priorités citées par les PME ayant un site Internet sont celles de la sécurité (26%) et de l'expérience utilisateur (27%).

En ce qui concerne l'expérience utilisateur, disposer d'un site internet qui parvient à combiner un design attractif avec une facilité d'utilisation est clé pour la réussite de toute entreprise.

En ce qui concerne la sécurité, cette priorité est également pertinente, surtout pour les Millennials et la génération Z.

En effet, 79% d'entre eux craignent d'être victime de fraude en ligne, et 73% d'entre eux sont inquiétés par l'usage que font les entreprises de leurs données personnelles. De plus, 25% des membres de ces deux générations ont déjà mis fin à une relation qu'ils entretenaient avec une entreprise parce qu'elle n'était pas capable de protéger leurs données personnelles.

Les internautes sont de plus en plus éduqués par rapport à leurs données, et il est tout à fait possible que la protection de ces dernières deviennent un critère de décision d'achat.

L'importance du SEO est sous-estimée

Une chose qui saute aux yeux parmi ces priorités, c'est la faible importance accordée à l'amélioration du SEO par les PME. En effet, seules **17%** des PME ayant un site internet considèrent que l'amélioration du SEO est leur priorité pour 2020.

Bien évidemment, toutes les priorités citées précédemment sont importantes, mais le SEO occupe une place particulière. Il s'agit d'un atout majeur qui va jouer sur le long-terme, et qui doit être combiné aux efforts consacrés à la production de contenu.

Une PME qui parvient à combiner un SEO solide avec du contenu de haute qualité aura un avantage majeur sur ses concurrents car elle sera beaucoup plus mise en avant par Google.

Seules

17%

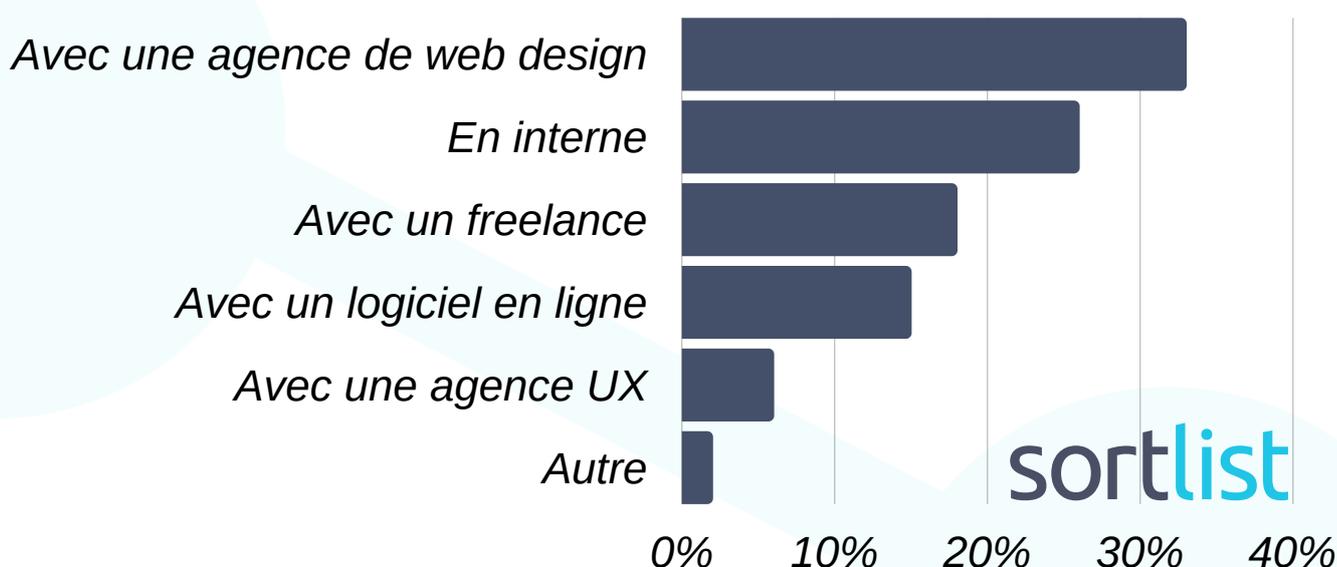
des PME placent le SEO
en priorité #1

IV. Comment les PME construisent leur site web ?



Les agences restent prédominantes

Comment avez-vous construit votre site web ?



Pour les PME qui disposent déjà d'un site web, **40%** d'entre elles ont décidé de collaborer avec une agence spécialisée, que ce soit en web design ou en UX.

Cela nous semble être une bonne stratégie, que nous encourageons et que nous soutenons. La digitalisation a créé énormément de nouvelles opportunités pour les PME, mais elle a également apporté son lot de complexité.

L'un ne vient pas sans l'autre, et il est nécessaire de comprendre cette complexité pour pouvoir saisir pleinement les opportunités de la digitalisation. Et nous sommes persuadés que la meilleure manière d'y parvenir est de bien s'entourer et de créer des relations solides avec des experts.

Conclusion

Plus d'informations sur cette étude

L'enquête présentée dans ce document a été menée entre le 19 et le 21 mai 2020. Concrètement, **Sortlist** a interrogé 500 PME, réparties entre la France, la Belgique, l'Allemagne, les Pays-Bas, et l'Espagne.

Ces PME étaient des entreprises de moins de 250 employés et qui ne dépassaient pas les 50 millions d'euros de chiffre d'affaire annuel.

De plus, les répondants de cette étude occupaient soit le poste de directeur général soit le poste de propriétaire de leur PME.

Notre objectif était de comprendre la situation des PME par rapport à leur site Internet, et de mettre des chiffres précis sur cette situation.

Malgré le fait que la digitalisation prenne de plus en plus d'importance, nous avons été surpris de constater que plus de **20%** des PME n'avaient pas encore de site Internet. Un autre chiffre impressionnant est celui des **40%** de PME ayant un site web qui considèrent que celui-ci pourrait être amélioré pour le format mobile.

Au terme de cette étude, il semble donc que les PME européennes aient encore beaucoup de travail à effectuer avant de pleinement terminer leur transition digitale.

sortlist

BETTER PARTNERS MAKE BETTER
BUSINESS

<https://www.sortlist.fr/>

