



L'entreprise
Activité : services web pour les entreprises de l'économie sociale et solidaire
Spécificité : Agrément « Entreprise solidaire », car organisée en démocratie d'entreprise (dirigé(e) par les salariés)
Localisation : Lille-Hellemmes (59)
Capital social : 69 000 euros

COMMENT aider Talcod à lancer son nouveau produit

ACCOMPAGNEMENT La jeune entreprise, spécialiste des logiciels libres pour la gouvernance d'entreprise, met sur le marché une nouvelle solution, et n'a pas droit à l'erreur. Nos experts livrent leurs conseils.

PAR EMMANUEL COLOMBIÉ

Gouvernance, citoyenneté... et logiciel libre. Tels sont les ingrédients à la base de Talcod, une jeune entreprise créée en mars 2011 par Bastien Sibille, ancien consultant en stratégie électronique et secrétaire général de l'Association internationale du logiciel libre. Talcod est une SAS spécialisée dans le conseil en systèmes et logiciels informatiques et l'animation de communautés virtuelles. Son cœur de cible : les entreprises du secteur de l'économie sociale et soli-

daire (ESS), qui représente 2 millions de salariés en France et englobe des entreprises, des mutuelles, des coopératives, des associations... Objectifs : améliorer la gouvernance participative de ces structures grâce à des services web reposant sur des logiciels libres, dont les licences donnent à chacun le droit d'étudier, modifier et diffuser les contenus. « Des logiciels fiables utilisés par exemple par la Nasa », souligne Bastien Sibille. Après dix mois d'activité, Talcod compte déjà sept clients, pour qui elle met en place des outils de sondage, des réseaux sociaux

dédiés pour entrepreneurs... Elle a recruté trois salariés : un développeur, un intégrateur et une community manager. Elle s'apprête à lancer officiellement sa première suite logicielle complète baptisée Tala, qui permet aux sociétaires et actionnaires de ses clients de participer à la gouvernance de leur entreprise ou de leur organisation, via une plate-forme qui s'apparente à un intranet. « Nous avons fait de la haute couture en nous appuyant sur des logiciels libres déjà existants dans la communauté des développeurs, c'est une richesse phénoménale », explique Bastien

Sibille qui reconnaît que la réussite de ce lancement est cruciale pour l'avenir de sa jeune société.

Fruit d'une année de travail en R&D, Tala est unique en son genre. L'offre regroupe l'ensemble des fonctionnalités numériques connues dans l'univers des logiciels libres pour développer la gouvernance participative : comité de pilotage et bureau virtuel, conseil d'administration et assemblée générale à distance, visioconférence, réseaux sociaux de sociétaires... Organisée par « briques », Tala est une solution sur mesure, le client choisissant les fonctions qu'il souhaite utiliser, moyennant un forfait de location oscillant entre 1 000 et 9 000 euros par an.

Séduire toutes les entreprises

Pour réussir ce lancement, et malgré la jeunesse de Talcod et son manque de notoriété, Bastien Sibille s'appuie sur sa bonne connaissance du web. Le chef d'entreprise a entamé, en décembre, une campagne en ligne, avec l'optimisation du référencement de son site, la création d'un blog... Avec sa community manager, entièrement mobilisée sur cette campagne promotionnelle, il finalise sa stratégie grand public sur Twitter et Facebook, qui sera déployée « un peu en amont ou pendant le lancement de Tala », ainsi que la mise en place de partenariats avec des entreprises de l'ESS, et une campagne de mailings pour mettre en avant les innovations présentes dans la solution. Il cherche maintenant à faire connaître Tala via les médias traditionnels (presse, télévision).

En parallèle, Bastien Sibille a constitué une communauté de testeurs de sa solution, composée d'environ 200 personnes : « des prescripteurs d'usage et de fonctionnalité ». Grâce à cette cellule test, il a de bons retours, et a déjà été sollicité par des entreprises « classiques » (hors ESS) intéressées par la suite logicielle et soucieuses d'améliorer leur gouvernance. Un signal encourageant, puisque Tala est effectivement accessible à n'importe quelle entreprise, dès lors qu'elle possède un conseil d'administration et une assemblée générale d'actionnaires. L'enjeu de ce lancement est donc multiple pour Bastien, car il doit développer sa communauté de clients naturels tout en élargissant cette cible « originelle » pour assurer la pérennité de sa solution et de son entreprise. ●

LES CONSEILS DE NOS EXPERTS



« Faire de la communauté Tala une vraie place d'échanges de bonnes pratiques »

Patrick Russo, directeur communication et stratégie de marques, LaSer

Bastien Sibille dispose d'une solution tout à fait adaptée aux entreprises de l'économie sociale et solidaire mais aussi à d'autres entreprises en recherche de solutions simples, légères et modulables. C'est sur ce dernier point que doit se jouer sa stratégie marketing et communication pour élargir sa communauté de clients. Les entreprises sont très vigilantes sur leurs engagements à court, moyen et long termes. Tala est une réponse concrète qui leur permet de rester agiles et réactives. Cet atout, reposant sur un accompagnement efficace des entreprises, doit être mis en avant via les témoignages de clients qui renforceront la crédibilité de la solution. Talcod dispose déjà d'une présence sur les réseaux sociaux, mais celle-ci doit prendre une dimension plus participative et générer un buzz positif essentiel pour émerger. Mais attention à rester humble et opérationnel pour ne pas donner l'impression de trop en faire : les réseaux sociaux sont une arme à double tranchant qui peut promouvoir un jour et détruire un autre. »



« Le client est le premier vendeur du produit »

Grégoire Dubar, coach et directeur associé chez ZABD, accompagnateur Réseau Entreprendre Nord

« Le lancement d'un nouveau produit est une phase très excitante, c'est l'aboutissement d'une idée qui mûrit depuis plusieurs années et trouve sa concrétisation sur le marché. C'est aussi une phase délicate à négocier entre le stress des premiers retours du marché et le chiffre d'affaires que l'on voudrait voir décoller rapidement. La solution de Talcod est novatrice et nul ne doute que les sollicitations des entreprises et des acteurs de l'économie sociale et solidaire seront nombreuses. Pour autant, il me paraît fondamental de garder la tête froide et de veiller à la qualité des premiers contrats. Ce sont eux qui vont faire la réputation du produit et de l'entreprise. Nouer des relations privilégiées avec ces clients est un minimum : soigner les détails, tout comme se montrer réactif pour corriger les bugs, sont des attitudes à privilégier. Les associer au développement de nouvelles fonctionnalités est aussi une façon de les valoriser. L'idée est de pouvoir les transformer encore plus rapidement en prescripteurs afin de multiplier les ventes ! »



« Il faut être à l'écoute pour adapter rapidement son offre aux attentes du marché »

Emmanuel Vivier, expert digital

« Via son blog, Bastien Sibille va fédérer une audience qualifiée, à qui il pourra proposer de recevoir les dernières actualités par newsletter, se tenir informé de l'actualité de l'industrie : site web, presse B to B, newsletters et événements professionnels (networking, conférences). La communauté du logiciel libre est assez active sur le web : il faut donc que Bastien montre qu'il joue le jeu, contribue activement à des améliorations et réponde aux questions sur les forums. Il bénéficiera ainsi de la reconnaissance et de l'estime de la communauté, dont certains membres pourront le recommander à des clients... Il faut essayer de créer le maximum de visibilité à moindre coût, donc être sympathique et intéresser un maximum de gens à devenir des supporters, des journalistes aux professionnels. Attention à ne pas se surestimer... On croit toujours avoir un produit génial. Ce sont les clients qui en décideront. Enfin, les prospects de Talcod seront sensibles au fait que Bastien est à l'écoute de leurs attentes plutôt qu'il ne veut leur vendre son produit à tout prix. »