

# Informatique et réseaux sociaux, moteurs du développement pour GYS

À l'occasion du salon Industrie 2014, Bruno Bouygues, directeur général de GYS, interviewé dans les colonnes de Smart-Industries, revient sur les perspectives de développement offertes par l'informatique d'entreprise et l'ouverture sur les réseaux sociaux.

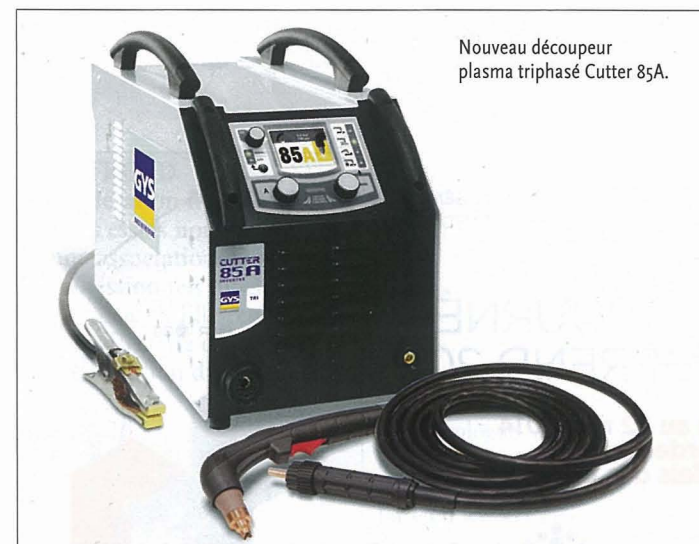
GYS confectionne des postes de soudage, des chargeurs de batteries et du matériel de réparation automobile. Son directeur général, Bruno Bouygues, 39 ans, en plus d'être un apôtre de « l'usine intégrée » et du made in France – « Alors que beaucoup d'entreprises confient une partie de leurs tâches à des sous-traitants pour réduire les coûts, nous tenons à contrôler toute la chaîne : depuis la recherche de matériaux résistants jusqu'à l'assemblage des produits finis en passant par la confection des cartes électroniques, clé de la miniaturisation » – est également un fervent adepte de l'informatique d'entreprise et des réseaux sociaux, générateurs de développements pour l'entreprise. GYS compte un service informatique (DSI) fort de six personnes. Un nombre significatif pour une ETI de 500 personnes, comme le souligne Bruno Bouygues : « Sur la place accordée de l'informatique, mon père, Nicolas Bouygues, a été d'une très grande force motrice quand il a repris l'entreprise. Comme lui, je pense que l'informatique est stratégique et que pour cette raison, il ne doit pas y avoir d'intermédiaire entre la DSI et la direction générale ».



Ainsi contrairement à l'habitude qui voit la direction financière s'intercaler entre la DG et la DSI, les informaticiens de GYS rendent directement compte à la direction. Alors, bien évidemment, tous les ingrédients de l'usine numérique se trouvent sur le site de Laval (Mayenne) : la CAO, la FAO, l'ERP, la robotique (robots et bras manipulateurs) et les machines automatisées. Comme l'intégration verticale fait partie des fortes croyances industrielles de cette entreprise – « Nous devons maîtriser l'ensemble des savoir-faire de transformation pour être plus compétitifs, plus flexibles et plus innovants », affirme Bruno Bouygues – les machines automatisées sont présentes partout dans

l'usine, que ce soit pour la tôlerie, la mécanique, avec ses centres d'usinage, ou l'électronique avec une batterie de machines de placement automatique de composants. Cela dit en matière de numérique la véritable originalité de l'entreprise tient dans deux points distinctifs. D'une part au rôle étendu confié à l'ERP. D'autre part une vive attention portée par le jeune directeur général à l'usage d'Internet, des réseaux sociaux et autres outils du Web. Depuis plusieurs années, GYS utilise l'ERP de Gecid. Mais il commence à ne plus ressembler beaucoup au progiciel d'origine. Jour après jour, les équipes de la DSI effectuent des développements spécifiques pour satisfaire tous les besoins de l'entreprise. « L'ERP doit alimenter en données pertinentes tous les acteurs de l'entreprise. Il doit notamment descendre dans les services et au niveau de tous les individus afin que chacun puisse immédiatement trouver des réponses précises » explique Bruno Bouygues. Une philosophie qui a d'ailleurs

conduit l'entreprise à minimiser l'usage répété des tableurs, si les fonctions de ceux-ci peuvent être directement intégrées dans Gecid. Nouveau découpeur plasma triphasé Cutter 85A L'usage systématique d'Internet est l'autre point fort de l'ETI. Outre le site qui présente l'entreprise, GYS offre à ses distributeurs tout un ensemble de services d'aide à la vente, notamment grâce à un extranet très performant. GYS s'applique également à suivre les blogs et autres forums où il est question de soudage. C'est l'un des moyens privilégiés pour avoir une connaissance intime de l'évolution des besoins de ses clients. « Nous attachons une grande importance à répondre aux problèmes dès qu'un de nos produits est en cause. Notre politique n'est pas d'interférer avec ces sites mais, si nécessaire, de fournir à l'utilisateur la réponse dont il a besoin » dit Bruno Bouygues. Pour témoigner du formidable impact de ces outils, il raconte l'expérience qu'il a vécue dans une boutique aux fins fonds d'un quartier indus-



Nouveau découpeur plasma triphasé Cutter 85A.

triel de Djakarta (Indonésie). « Au cours d'une discussion à bâtons rompus avec un acheteur potentiel indonésien, j'ai été surpris de constater qu'après avoir expliqué la proposition de valeur de notre marque, il a sorti son Smartphone de sa poche et s'est empressé de vérifier sur les forums et les blogs l'adéquation de mon discours avec ce qui se disait sur le Web ! » Autrement dit, il n'y a

plus aucun endroit au monde où votre « e-réputation » ne vous suive plus. Bruno Bouygues utilise aussi quotidiennement toute une palette de réseaux sociaux : Twitter, LinkedIn, Viadeo, Xing, etc. À chaque type de réseau sa fonction. Si Facebook est réservé à un usage privé, Twitter d'utilisation plus récente est destiné aux informations d'usage général. Mais c'est Lin-



Néopulse 270

kedin – et ses équivalents comme Viadeo et Xing – qui se destine plus particulièrement à l'usage professionnel. « Nous avons commencé à utiliser LinkedIn il y a une dizaine d'années pour recruter des collaborateurs, contacter des agents commerciaux et pour publier des informations sur nos nouveautés et sur l'actualité de l'industrie ». Aujourd'hui Bruno Bouygues compte plus de 7 000 « relations » dans son réseau. Et pas n'importe qui. Il y a patiem-

ment accumulé dans tous les pays du monde des contacts dont les sujets d'intérêts concernent de près ou de loin l'univers de la métallurgie et de l'automobile. Une vraie communauté en ligne. « C'est un formidable outil pour le partage d'information et la valorisation des savoir-faire » souligne-t-il. Et d'ajouter finalement : « Aujourd'hui, si une marque n'est pas proactive sur Internet, elle aura du mal à exister ! ».

# CUTTER 85A

## DÉCOUPEUR PLASMA

Fabricant français depuis 1964  
50 ANS  
MADE IN FRANCE

[www.gys.fr](http://www.gys.fr)