

Quand les RH huilent les rouages de la digitalisation de l'entreprise

Par [EMMANUEL STANISLAS](#) | 08/04/2014

Dans les entreprises « à l'ancienne », où nouvelles technologies riment souvent avec hébétude, la digitalisation n'est pas une évidence. Pourtant, elle devra nécessairement se faire, et pas seulement à grands coups de solutions connectées. Avant de parler d'outils, il ne faut pas oublier ses talents qui forgent l'entreprise de demain...

Il n'y a pas si longtemps, le monde professionnel se divisait en deux catégories : d'une part les acteurs du web, qui misaient sur un business model 100% en ligne et pour qui les nouvelles technologies et internet allaient de soi ; et de l'autre, les entreprises dites « traditionnelles », pour qui la digitalisation était un concept bien éloigné de leur stratégie. Désormais, ce clivage tend à disparaître, [pour faire place à une approche plus mixte](#).

Cette tendance impacte tous les niveaux de l'organisation, à commencer par ses salariés, les talents qui font sa force. Car **qui dit nouvelles pratiques et nouveaux métiers, dit nouveaux profils de collaborateurs**, notamment capables de suivre le rythme effréné de l'innovation technologique actuelle.

La DRH acteur de l'expertise numérique d'une entreprise

Or, ce n'est pas un secret : **l'innovation aujourd'hui vient des startups, de ces entreprises nées du web qui disposent dans leurs rangs de férus de nouvelles technologies, de curieux qui sortent des sentiers battus et osent créer**. Pour s'aligner, [les entreprises traditionnelles ont, quant à elle, plutôt choisi la voie de l'acquisition](#), s'offrant les services de ces cerveaux en ébullition contre monnaie sonnante et rébuchante.

La digitalisation est ainsi encore trop souvent considérée comme une fatalité. Certes, elle est inévitable, mais l'entreprise peut également choisir d'en être l'acteur plutôt que de la subir. **Notamment en confiant à sa Direction des Ressources Humaines (DRH) le recrutement des bons talents aux bons postes pour développer son expertise en la matière**. Dans des entreprises où le web n'est, à la base, pas une évidence, il faut se poser les bonnes questions avant de se lancer dans l'aventure.

Cartographie des compétences numériques en interne

La réussite d'un tel projet passe tout d'abord par une bonne communication en interne, et l'anticipation de toutes les questions qui pourront se poser. Quel est le but de la digitalisation engagée ? Quel sera le rôle des collaborateurs qui y seront dédiés ? Leurs objectifs ? etc. **Expliquer en amont la prise de décision permet en effet d'en favoriser l'adoption**, et de s'assurer qu'un bon accueil sera réservé aux nouveaux venus, pour une meilleure intégration.

Une cartographie des compétences nécessaires est également un point essentiel. Elle ne s'arrêtera pas à de simples compétences métier, même solides. En effet, **un excellent Community Manager, débauché dans une entreprise créée sous le signe de la digitalisation, ou qui en a déjà passé le cap, ne sera pas forcément le plus performant dans une organisation traditionnelle**. Il lui faudra savoir s'adapter à un mode de fonctionnement plus classique, peut-être moins flexible ; faire preuve d'une motivation sans faille pour convaincre et conduire l'évolution ; et d'un certain leadership pour accompagner ses collègues et toute l'entreprise vers un nouvel horizon.

Le challenge de l'attractivité de l'entreprise

Il sera par ailleurs **difficile pour une entreprise peu ou pas digitalisée de se rendre attractive auprès de ces profils hyperconnectés**. Elle devra mettre l'accent sur le challenge à relever, l'aspect quasi entrepreneurial du défi, et sur toutes ces attentes qui sont celles des candidats aujourd'hui : perspectives d'évolution, équité RH, bien-être au travail, etc.

La mobilité interne n'est pas non plus à négliger. **Elle a fait ses preuves sur de nombreux aspects de la gestion des ressources humaines** : vecteur de fidélisation des talents, coûts moins importants qu'un recrutement à l'extérieur, connaissance déjà acquise de la culture de l'entreprise, intégration plus facile, etc. **En détectant les collaborateurs actuels qui, à titre personnel, ont une certaine appétence pour les nouvelles technologies, les entreprises pourront leur proposer d'évoluer en interne**, grâce à un accompagnement spécifique, voire un programme de formation pour développer les compétences requises.

Pour ces entreprises traditionnelles, **le défi est grand**. La bonne volonté est ici certes indispensable, mais pas suffisante. **Le virage de la digitalisation ne pourra être correctement amorcé et négocié qu'avec un changement de culture dans la façon de travailler, et également de recruter** – passant notamment par une veille permanente des tendances, et par l'inspiration des bonnes pratiques opérées par ailleurs.

Emmanuel Stanislas est fondateur du cabinet de recrutement Clémentine, spécialisé dans les métiers de l'Internet, de l'informatique et des télécoms.