

Un réseau social d'entreprise est un Facebook pro, en mieux !

Par Florian Dèbes, journaliste | 26/04/2013

De plus en plus répandus, les réseaux sociaux d'entreprise empruntent à Facebook, Viadeo et LinkedIn la fluidité des communications. Mais les usages n'ont rien à voir.

Des sociétés du Cac 40 aux ETI, les réseaux sociaux d'entreprise, internes aux organisations, ne cessent de se développer en France. « *La plupart des grosses organisations, que ce soit les grandes entreprises, les grandes écoles ou les administrations sont équipées ou sont en train de s'équiper d'un réseau social interne* », confirme Ziryeb Marouf, président de l'Observatoire des réseaux sociaux d'entreprise.

Stop à la confusion, il n'est pas ici question de Facebook, Twitter, LinkedIn ou Viadeo. Très efficaces pour les services veille et marketing, ces plate-formes grands publics posent en interne de multiples questions : du rapport avec son N+1 sur Facebook (doit-il tout savoir des vacances de son subordonné ?) aux retrouvailles avec un ancien collègue passé à la concurrence sur LinkedIn (comment savoir si ce salarié n'est pas en train de quitter l'entreprise ?).

Le mode de fonctionnement des réseaux sociaux d'entreprise s'inspire des codes de Facebook, Google + et autres LinkedIn. Comme sur ces réseaux grands publics, chaque collaborateur tient un profil, poste des messages et réagit à ceux émis par ses collègues. Mais l'usage n'a rien à voir.

Un réseau pour parler métier, sans potins à la Facebook

Outil de communication décentralisé, les réseaux sociaux d'entreprise créent des liens. Par exemple, entre différents services d'une même boîte qui n'ont pas l'occasion de communiquer alors qu'ils travaillent sur les mêmes produits. « *Les réseaux sociaux d'entreprise sont une nouvelle façon de communiquer sur des aspects métiers* », lance Ludovic Magne, directeur commercial de Yammer en France, un système récemment intégré à la suite professionnelle de Microsoft. Pour lui, il s'agit d'une nouvelle organisation de l'information professionnelle. **De la même façon qu'au bureau, on échange davantage de notes d'information que de blagues potaches, le contenu des messages sur les réseaux sociaux d'entreprise restent pro.** Les solutions de réseaux sociaux d'entreprise adaptent au monde du travail, les vertus du partage, de la viralité et de la transparence entre collaborateurs connectés les uns aux autres.

Plus de collègues que d'amis Facebook

Les réseaux sociaux d'entreprise ont pour ambition de vous connecter à bien plus de monde que vos 177 amis de moyenne sur Facebook (étude Nielsen – juin 2012). Notamment dans les Entreprises de Taille Intermédiaire (au moins 250 salariés) et les grands groupes. **Le système est particulièrement utile à mesure que l'entreprise est importante.** Il permet de gagner du temps sur la gestion des boîtes mails. Avant les réseaux sociaux d'entreprise, chacun envoyait des mails pour partager un document, à plusieurs milliers de salariés, éparpillés à travers le monde dans certains cas. Exemple, chez Suez Environnement, le réseau social d'entreprise relie les différents départements formation du groupe. Le mail n'est plus utilisé pour tout ce qui concerne l'organisation de séminaires ou le partage des bonnes pratiques. L'information n'est postée qu'une seule fois et consultée uniquement par ceux à qui elle est destinée, au moment où ils en ont besoin. Elle est mieux classée et plus facilement accessible.

Des vidéos moins drôles que sur Facebook

Les réseaux sociaux d'entreprise **répondent surtout à des problématiques de communication opérationnelles.** On est loin du dernier buzz. « *Chez L'Oréal, une vidéo montrant les réglages d'une machine s'est diffusée via le réseau social du groupe auprès de tous les collaborateurs qui avaient à utiliser cette machine dans différentes usines* », raconte Karl Harriau, responsable de l'installation du logiciel Yammer dans les entreprises. Plus efficace que le déplacement d'un ingénieur sur chaque lieu !

Les collègues ne polluent pas votre fil d'info comme sur Facebook

Dans le monde professionnel, le charisme compte. Mais il doit être subtil. Sur un réseau social d'entreprise, le *personal branding* est banni. **Pas question d'être le premier à commenter une information si ce n'est pas pour y apporter une réponse.** Le N+1 pouvant lire les messages de ses subordonnés, l'autocensure est conseillée : pas question de parler pour ne rien dire. Avec l'efficacité comme priorité, personne ne laissera passer un flagrant délit de bla-bla-bla sans raison autre que celle de se faire mousser. En fluidifiant l'échange d'information, le réseau social d'entreprise tend même dans certaine organisation à réduire les inégalités de prestance. Chez CapGémini, tous les experts du cabinet de conseil en management sont incités à diffuser en ligne les propositions de missions qui leur parviennent. Avant, les consultants expérimentés se contentaient de leur entregent pour décrocher les jobs qu'ils jugeaient les plus intéressants. Désormais, ils peuvent également se tenir au courant d'offres éloignées de leurs domaines de prédilection diffusées par leurs pairs. De leur côté, les juniors peuvent eux se positionner sur des missions dont ils n'auraient jamais entendu parler sans le réseau.

Pas d'avalanche de posts comme sur Facebook

En situation de crise, le réseau social d'entreprise permet, en cassant les barrières entre métiers, de coordonner la réponse à apporter pour régler le problème. Le vendeur d'un réseau de distribution américain qui avait repéré un défaut de fabrication a ainsi alerté le reste du groupe sur le réseau. A la suite, un membre du service qualité a commenté le premier message et indiqué d'où provenait le vice de fabrication. Le service achat a aussitôt décidé de changer de fournisseur et communiqué dans un autre commentaire la nouvelle. Une information que les vendeurs ont rapidement consultée et diffusée auprès des clients pour les rassurer sur la fiabilité du produit. **En seulement trois messages et quelques heures, le problème a été résolu** et une réponse a été définie pour l'ensemble du groupe.

Moins chronophage que Facebook

Malgré tous les avantages offerts par ce nouveau mode de communication, certains employeurs pensent qu'installer un réseau social d'entreprise revient à laisser leurs collaborateurs s'informer et discuter plutôt que travailler. Après tout, Facebook est chronophage et déconcentre constamment le collaborateur de sa tâche... « *C'est un faux problème* », répondent en chœur les spécialistes des réseaux sociaux d'entreprise rencontrés au Salon Intranet et Travail Collaboratif, à Paris, en mars dernier. D'une part, le temps passé sur le réseau est largement compensé par le temps gagné à lire moins de mails inutiles et à trouver l'information facilement. D'autre part, **tous mettent en avant les gains de compétitivité constatés dans les entreprises qui ont su communiquer et casser l'organisation traditionnelle des services**, en silos.

Moins curieux que Facebook

Légitimement, certains collaborateurs peuvent rechigner à remplir leur fiche utilisateur avant leur inscription sur le réseau : en matière de réseau social, la peur de Big Brother est grande. Les rassurer est pourtant très simple : **pour fonctionner, un profil de réseau social d'entreprise n'a besoin que de connaître les noms et les postes des collaborateurs dans l'entreprise**. Ces informations, l'employeur les connaît déjà...