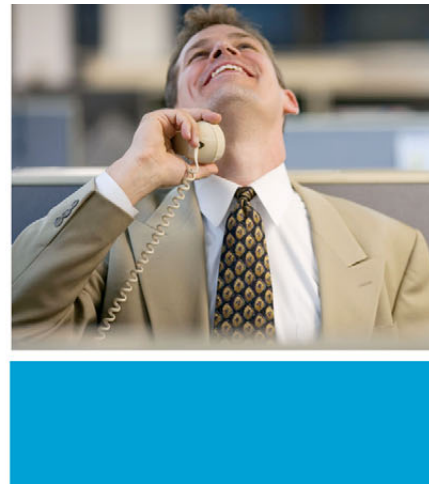
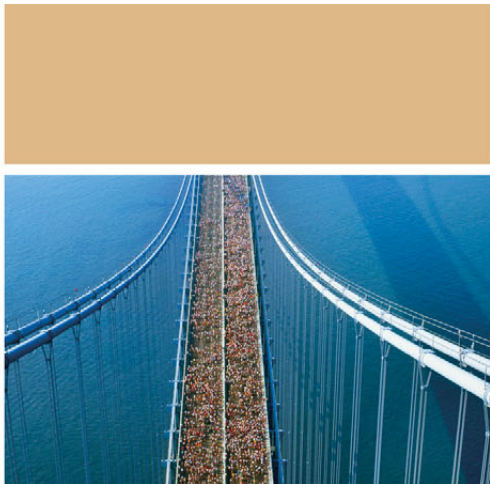
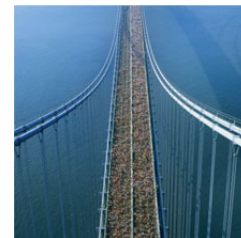


# Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle





## **Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle**

Sans la possibilité d'accéder à leurs historiques, les entreprises seraient actuellement très sérieusement limitées dans leurs capacités à prendre des décisions pertinentes et adaptées, et ce même pour les activités les plus élémentaires. Par ailleurs, la collecte, la codification et la diffusion de ces connaissances représentent autant de défis particulièrement dissuasifs. Il existe pourtant une réponse que nombre d'entreprises, sous la responsabilité de leur DSI, examinent déjà : le Web 2.0 adapté à l'univers de l'entreprise. Web 2.0 est un environnement enrichi de gestion de réseau social, associé à des outils de collaboration sécurisés et intégrés, grâce auxquels tous les collaborateurs peuvent exploiter la totalité des connaissances disponibles à l'échelle de l'entreprise.

Xavier est commercial au sein de l'entreprise, et il met à jour l'application de CRM (gestion des relations clients) après avoir obtenu des résultats très positifs suite à une réunion récente avec l'un de ses clients. Celui-ci souhaite en effet prendre rapidement une décision et recevoir une proposition dans la semaine. Alors que Xavier est en train de saisir ses informations dans l'application, il se produit un événement inhabituel. Une fenêtre s'ouvre automatiquement à l'écran et lui propose une liste d'autres collaborateurs de l'entreprise qui ont déjà été en contact avec des clients du même secteur d'activité ou qui expriment des besoins en produits et services similaires à ceux exprimés par le client de Xavier. Alors qu'il parcourt la liste à l'écran, le passage du curseur sur le nom d'une de ses collègues, Laure, fait apparaître une liste de propositions commerciales antérieures, comparables à celle qu'il s'apprête à créer. S'y ajoutent des documents qui décrivent des approches commerciales efficaces, ainsi que des points d'entrée de blogs, rédigés par Laure, concernant des stratégies et des services qui ont été couronnés de succès chez ses clients. Xavier clique donc sur la photo de Laure pour la contacter par téléphone, ou éventuellement par messagerie instantanée si elle est en ligne.

### ***Développer l'innovation***

Selon les dirigeants d'entreprises du monde entier, l'innovation est l'un des éléments clés pour amener une entreprise d'aujourd'hui à s'adapter. En effet, l'enquête « IBM CEO study » menée récemment, révèle que l'innovation, l'intégration à l'échelle mondiale et l'adoption d'un modèle métier basé sur une transformation radicale constituent les aspects les plus marquants de l'entreprise de demain.<sup>1</sup> Et ces dirigeants d'entreprises citent en priorité la collaboration et l'utilisation des outils Web 2.0 pour la mise en pratique de cette stratégie.<sup>2</sup>

### ***La réussite d'une entreprise en quatre points clés***

IBM a mis en évidence les quatre points clés grâce auxquels une démarche Web 2.0 efficace et durable peut créer de la croissance pour l'entreprise.

#### **1. Donner la priorité aux objectifs de l'entreprise**

Pour être utiles aux personnes qui vont les intégrer à leurs activités, les outils Web 2.0 de l'entreprise doivent s'adapter aux habitudes de travail des utilisateurs et aux situations auxquelles ils sont confrontés de manière courante.

## 2. Intégrer les outils

La mise en place d'une stratégie d'intégration des outils Web 2.0 au sein d'applications et de processus existants permet de lever deux obstacles importants que rencontrent les entreprises dans leurs projets de création de réseaux sociaux : la résistance des collaborateurs à leur adoption et la concrétisation de résultats mesurables.

## 3. Le recentrage sur les fonctions

En abaissant les barrières organisationnelles habituelles (services, distances géographiques, procédures), les outils axés sur les fonctions permettent de libérer l'accès à des gisements d'information et de compétences spécialisées qui ne pourraient pas être identifiés aussi rapidement, voire même pas du tout, sans leur recours.

## 4. Développer une véritable culture de la collaboration

Pour encourager les collaborateurs de l'entreprise à adopter une approche basée sur les réseaux sociaux, l'entreprise doit les motiver à privilégier des conduites déterminantes, comme l'aptitude à partager des connaissances spécialisées ou à réutiliser le capital intellectuel de l'entreprise.

## Résultat : une entreprise capable de s'adapter au changement

Selon l'étude mondiale conduite par IBM en 2008 sur le capital humain, les caractéristiques clés des entreprises « parfaitement capables de s'adapter au changement » sont les suivantes :

- L'aptitude à prévoir les compétences nécessaires pour l'entreprise de demain ;
- La capacité à identifier des talents ;
- Une collaboration efficace.<sup>3</sup>

Comme la situation illustrée l'indique, une démarche Web 2.0 pertinente et orientée métier est parfaitement à même d'apporter aux entreprises les capacités d'adaptation dont elles ont besoin. La démarche les place par ailleurs en meilleure position pour réduire leurs délais de mise sur le marché, faciliter la conduite du changement et améliorer leur efficacité opérationnelle.

## Web 2.0 et retour sur investissement

À partir de notre double expérience approfondie acquise aussi bien lors de nos mises en œuvres en interne au sein d'IBM, qu'au cours des implémentations de stratégies Web 2.0 pour nos clients, nous avons mis en évidence quatre axes de retour sur investissement dans le cadre d'une démarche Web 2.0 :

- Une croissance accrue, amplifiée par l'innovation ;
- Une capacité d'exécution plus rapide ;
- Une plus grande efficacité ;
- Des talents stratégiques plus responsables.

Avec ce cadre de référence, IBM a créé un modèle novateur de retour sur investissement orienté sur la collaboration, qui permet de valoriser l'approche Web 2.0 grâce à l'interaction des fonctions au sein de l'entreprise.

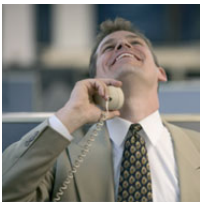
### Pour de plus amples informations

Pour obtenir l'étude complète « Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle », pour en savoir plus sur l'initiative « Web 2.0 Goes to Work » d'IBM, ou pour des informations plus détaillées sur les produits et les services IBM en matière de réseaux sociaux, contactez votre représentant marketing IBM, ou votre partenaire commercial IBM, ou visitez le site web : [ibm.com/cio/fr/empower](http://ibm.com/cio/fr/empower)

En complément, IBM Global Financing propose des financements adaptés en fonction de vos besoins informatiques. Pour de plus amples informations concernant nos plans de financement et prêts flexibles, aux meilleurs taux d'intérêt, et nos prestations de reprise ou de remplacement d'équipements, visitez le site :

[ibm.com/financing/fr](http://ibm.com/financing/fr)

# Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle



---

## Sommaire

---

- 4 Introduction
- 5 Valoriser le potentiel des collaborateurs
- 6 Concrétiser la stratégie fixée par la direction
- 6 La réponse réside dans le capital humain
- 8 Le succès de l'implémentation en quatre points clés
- 11 Résultat : une entreprise capable de s'adapter au changement
- 12 Web 2.0 et retour sur investissement
- 14 Les réponses d'IBM
- 15 Pour de plus amples informations

## Introduction

Xavier est commercial au sein de l'entreprise et il met à jour l'application CRM (gestion des relations clients) après avoir obtenu des résultats très positifs lors d'une réunion récente avec l'un de ses nouveaux clients. Celui-ci souhaite en effet prendre rapidement une décision et recevoir dans la semaine une proposition de produits et de services.

Alors que Xavier est en train de saisir ses informations dans l'application, il se produit un événement inhabituel. Une fenêtre s'ouvre automatiquement à l'écran et lui propose une liste d'autres collaborateurs de l'entreprise. Il en connaît certains, mais pas tous. À l'écran, apparaissent des informations concernant des collaborateurs de l'entreprise en relation permanente avec des clients du même secteur et dont la demande en produits et en services est similaire à celle du client de Xavier.

Alors qu'il parcourt la liste à l'écran, le passage du curseur sur le nom d'une de ses collègues, Laure, fait apparaître une liste de propositions commerciales antérieures, comparables à celle qu'il s'apprête à créer. S'y ajoutent des documents qui décrivent des approches commerciales efficaces, ainsi que des points d'entrée de blogs, rédigés par Laure, concernant des stratégies et des services qui ont été couronnés de succès chez ses clients. Xavier clique donc sur la photo de Laure pour la contacter par téléphone, ou éventuellement par messagerie instantanée si elle est en ligne. Si Xavier ne connaît pas Laure et qu'il souhaite se présenter, il a la possibilité de cliquer sur une icône particulière pour accéder aux membres de son réseau personnel et connaître les liens qu'ils ont avec elle.

Ce scénario existe déjà et son aspect le plus exceptionnel, c'est la simplicité qu'il suggère. Du fait de l'*intégration* dans l'application des liens essentiels entre les individus, leurs compétences, les textes qu'ils ont rédigés et leurs relations, Xavier est déjà dans un processus de collaboration. L'information dont il a besoin lui est déjà présentée, prête à l'accompagner dans son succès.

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle

---

*Intégrée à l'entreprise, la démarche Web 2.0 peut servir de base à une solution de réseau social enrichie et jouer le rôle d'un véritable levier pour l'innovation et le développement de l'organisation.*

---

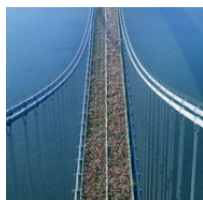
### **Valoriser le potentiel des collaborateurs**

Sans la possibilité d'accéder à leurs historiques, les entreprises seraient actuellement très sérieusement limitées dans leurs capacités à prendre des décisions pertinentes et adaptées, et ce même pour les activités les plus élémentaires. Du fait de la dissémination de ces informations en de multiples points, sous des responsabilités différentes, sous forme écrite ou d'expérience personnelle, la collecte, la codification et la diffusion de ces connaissances représentent autant de défis particulièrement dissuasifs.

Ce dont les entreprises ont besoin, c'est d'un moteur de réseau social collaboratif, pour identifier et relier leurs collaborateurs, partenaires et clients, afin de mieux valoriser l'ensemble des gisements de leurs expériences et de leurs connaissances. Ce moteur doit être capable de s'adapter aisément à la manière dont chacun agit dans son domaine de responsabilité, tout en étant accessible à partir des outils les plus courants utilisés par les collaborateurs de l'entreprise, mais aussi permettre l'accès à des informations diversifiées, comme une liste de comptes clients à l'échelle mondiale ou des données détaillées sur l'expérience commerciale d'un vendeur en particulier.

Pour nombre d'entreprises et leur DSI, le Web 2.0 est la réponse à leur besoin, et plus particulièrement la version Web 2.0 adaptée à l'univers de l'entreprise. Cette version offre un environnement enrichi de gestion de réseau social, associé à des outils de collaboration sécurisés et intégrés, grâce auxquels tous les collaborateurs peuvent exploiter la totalité des connaissances disponibles à l'échelle de l'entreprise.

## **Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle**



### ***Concrétiser la stratégie fixée par la direction***

Selon les dirigeants d'entreprises du monde entier, l'innovation est l'un des éléments clés pour amener une entreprise d'aujourd'hui à s'adapter. En effet, l'enquête « IBM CEO study » menée récemment, révèle que l'innovation, l'intégration à l'échelle mondiale et l'adoption d'un modèle métier basé sur une transformation radicale constituent les aspects les plus marquants de l'entreprise de demain.<sup>4</sup> Et ces dirigeants d'entreprises citent en priorité la collaboration et l'utilisation des outils Web 2.0 pour la mise en pratique de cette stratégie.<sup>5</sup>

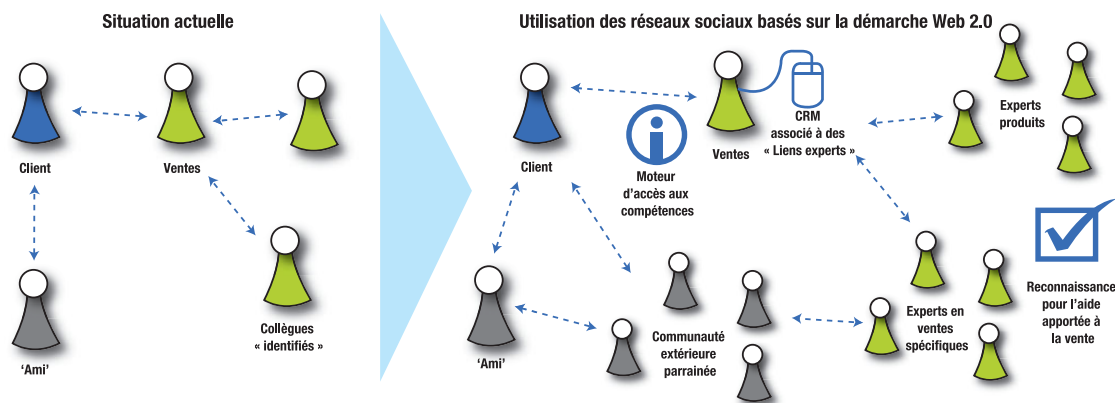
Ce constat est extrêmement positif pour les DSI. En effet, aucun autre membre de la direction n'est en meilleure position pour influencer sur la démarche collaborative nécessaire à l'entreprise, et pour la faciliter. Les DSI concilient admirablement expertise, expérience et outils technologiques les mieux adaptés pour développer le type de collaboration et d'interaction indispensables, apporter davantage d'innovation et d'efficacité au sein de l'organisation, et créer ainsi les conditions d'un avantage concurrentiel à l'échelle de l'entreprise.

### ***La réponse réside dans le capital humain***

Dans leur majorité, les entreprises disposent déjà de l'atout maître du succès que représente leur capital humain. Collaborateurs, fournisseurs et même clients, tous ceux qui appartiennent à la sphère d'influence de l'entreprise se tiennent prêts à contribuer à une démarche d'innovation et de croissance. La plupart du temps, il ne manque que le cadre susceptible de canaliser les apports de chacun.

La démarche Web 2.0 constitue précisément ce cadre. Grâce à ses outils et à ses méthodes axés sur l'interaction, la collaboration et la création, le fonctionnement d'un réseau social facilite la mise en œuvre d'un environnement capable de stimuler l'innovation et l'efficacité. Il permet d'abaisser plus facilement les barrières entre services ou zones géographiques, en déplaçant le centre de gravité habituel que constituent les processus métier, pour explorer un domaine qui, jusqu'ici, a très largement été sous-exploité : les interactions et les relations entre les différents collaborateurs de l'entreprise.

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle



*C'est dans les interactions et les relations entre les individus d'une entreprise que réside une opportunité sans équivalent de différenciation et de prospérité. Une bonne approche Web 2.0. permettra de valoriser ce potentiel.*

Néanmoins, le Web 2.0 n'est pas une fin en soi. Certaines entreprises s'en aperçoivent déjà : la mise en place d'outils de type YouTube sans tenir compte du contexte, apporte peu de valeur aux institutions de courtage financier, aux compagnies aériennes, aux organismes publics ou encore aux industriels. Pour en tirer le plein potentiel, il est nécessaire d'envisager des initiatives Web 2.0 orientées métier. Ces initiatives, basées sur les réseaux sociaux, consistent à créer et à diffuser des outils stratégiques, sécurisés et reproductibles qui permettent d'accéder en temps réel à des informations et à des applications pertinentes et fiables, mais aussi à entrer en relation avec d'autres personnes selon leurs fonctions, domaines de compétences ou bien d'autres critères. Grâce à des capacités d'accès plus rapide aux bonnes personnes et aux informations adéquates, et à la limitation de la charge d'information à traiter, un collaborateur pourra être à la fois plus productif, plus créatif et plus innovant.

Autre information importante : seul un employé sur quatre utilise actuellement les outils Web 2.0<sup>6</sup> (hormis l'utilisation des services Web génériques - moteurs de recherche, messagerie instantanée). Cette situation constitue donc pour les entreprises un vaste champ d'opportunité de différenciation mesurable. La démarche Web 2.0 fait partie des objectifs prioritaires de la direction de nombre d'entreprises, du fait de son potentiel unique d'innovation et d'efficacité. Dans le

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle



contexte économique actuel, marqué par une mondialisation accrue, les directions des entreprises sont acquises à l'adoption du Web 2.0 et elles recherchent les moyens de réduire les coûts d'autres postes moins stratégiques pour dégager les budgets leur permettant de soutenir l'adoption du Web 2.0 dans l'ensemble de l'organisation.

À cela s'ajoute l'attractivité inhérente à ces outils d'une grande popularité auprès des internautes. Preuve en est l'engouement croissant pour des applications comme YouTube et le développement rapide des outils de réseaux sociaux, qui atteignent désormais la sphère professionnelle : gestion des contenus d'entreprise, moteurs d'identification de talents et analyse des réseaux sociaux. Il est manifeste que l'utilisation des réseaux sociaux représente une véritable opportunité d'ouverture pour la majorité des entreprises actuelles.

### ***Le succès de l'implémentation en quatre points clés***

Selon une enquête récente parue dans la publication *The McKinsey Quarterly*, une implémentation pertinente et efficace est cruciale pour la réussite d'une démarche Web 2.0. L'étude révèle en effet que les entreprises ayant déployé un plan global d'utilisation des outils Web 2.0 axé sur les activités de l'entreprise, obtenaient de meilleurs résultats avec ces outils et généralisaient leur utilisation, contrairement aux entreprises n'ayant pas réalisé de planification préalable suffisante.<sup>7</sup>

Grâce à son expérience approfondie des outils, des projets et des stratégies Web 2.0, aussi bien en interne que pour le compte de ses clients, IBM a identifié quatre points clés indispensables pour la réussite d'une démarche de mise en place de réseaux sociaux durables, axée sur le développement de l'entreprise.

#### **1. Donner la priorité aux objectifs de l'entreprise**

Parmi les actions d'un DSI pour s'assurer de la réussite de son action, l'élément le plus important consiste à sélectionner et adapter les outils Web 2.0 pour les mettre en place au sein d'une entreprise.



## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle

---

*Pour valoriser au mieux l'implémentation d'une démarche Web 2.0, il appartient aux DSI de se rapprocher de leurs homologues opérationnels et fonctionnels.*

---

Pour être utiles aux personnes qui vont les intégrer à leurs activités, les outils Web 2.0 de l'entreprise doivent s'adapter aux habitudes de travail des utilisateurs et aux situations auxquelles ils sont confrontés de manière courante. Par exemple, le service des ressources humaines, qui cherche à pourvoir des postes vacants, trouvera certainement extrêmement utiles - après saisie des paramètres du poste à pourvoir dans l'appliquatif habituel - les fonctions de chargement des candidatures, de recherche et de visualisation automatique de profils internes à l'entreprise. Grâce à ces outils, l'entreprise peut donc localiser et valoriser ses talents internes, sans occasionner de dépenses en recrutement.

Pour assurer cette corrélation étroite des outils et des situations, les DSI doivent se rapprocher de leurs homologues des lignes d'activités et des directions fonctionnelles pour percevoir les fonctions et les processus associés qui pourraient le mieux profiter d'une démarche de réseau social.

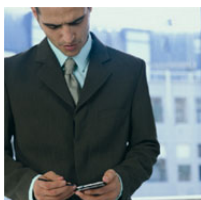
### 2. Intégrer les outils

Comme le suggère ce qui précède, l'intégration des outils Web 2.0 au sein des processus et applications courants de l'entreprise est un autre élément indissociable de la réussite de la démarche. Pour reprendre l'illustration citée en introduction, Xavier n'a effectué aucune recherche de documents ou de compétences, ni accédé à aucune application de messagerie instantanée. Et nul besoin de lancer d'applications supplémentaires. Les actions déclenchées automatiquement étaient liées à ses choix contextuels et aux applications qu'il était déjà en train d'utiliser.

La stratégie d'intégration des outils Web 2.0 dans des applications et des processus existants répond à deux défis majeurs des programmes de réseau sociaux : la résistance des collaborateurs à leur adoption et la concrétisation de résultats mesurables.

Alors que les collaborateurs d'une entreprise sont susceptibles d'utiliser les outils Web 2.0, tels Facebook, pour leur usage personnel, la plupart d'entre eux ne comprennent pas, et ne perçoivent pas le plein potentiel technologique qu'offrent ces applications dans le cadre professionnel. Cette technologie est souvent considérée « divertissante », voire inaccessible, faute de temps. En intégrant de

## **Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle**



façon transparente les outils de réseaux sociaux au sein des applications et des processus liés aux activités professionnelles courantes, les DSI peuvent faciliter leur adoption par les collaborateurs de l'entreprise sans avoir eu à solliciter leur contribution préalable. Pour revenir à notre exemple en situation, Xavier n'a dû prendre aucune décision de recherche d'appels d'offres ou de profils de collègues. Cette action a été prise en charge par la technologie, ce qui rend toute résistance à l'adoption impossible, et ses résultats immédiats permettent d'en démontrer et d'en mesurer les bénéfices.

### **3. Le recentrage sur les fonctions**

Jusqu'à une période récente, les activités de la plupart des entreprises étaient axées sur les processus et elles se focalisaient sur des actions d'amélioration interne afin de remodeler leurs processus pour être plus efficaces et réduire leurs coûts.

Dans un contexte où les processus fondamentaux sont plus robustes et mieux consolidés, l'entreprise peut envisager d'autres angles de réflexion et se tourner vers des approches nouvelles, sources d'efficacité et d'innovation.

Parmi les approches susceptibles de rencontrer l'assentiment des PDG des entreprises, la focalisation sur les rôles et les fonctions pourrait être la plus motivante. Par exemple, en abaissant les barrières organisationnelles habituelles (services, zones géographiques, procédures), les outils axés sur les fonctions permettent de libérer l'accès à des sources d'informations et de compétences spécialisées qui pourraient ne pas être identifiées, ou pas aussi rapidement, avec les processus métier usuels. Les outils de réseaux sociaux basés sur les fonctions, permettent d'amplifier le potentiel de connexions et d'innovation, offrant ainsi aux collaborateurs une plus grande efficacité pour de meilleurs résultats, et sont par conséquent plus favorablement accueillis et soutenus par la direction de l'entreprise.

### **4. Développer une véritable culture de la collaboration**

Si une entreprise souhaite développer le mode d'interaction mutuel entre collaborateurs, elle doit les inciter à adopter ce comportement. Par exemple, si la direction souhaite encourager certains collaborateurs à devenir des intermédiaires pour l'échange d'informations et d'expérience liées à certains clients, processus ou documents, et ceci en dehors de leurs rôles plus usuels, l'entreprise doit valoriser ces collaborateurs dans leur démarche.

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle

---

*Parmi les avantages potentiels d'une démarche Web 2.0, figurent une collaboration plus efficace, un délai de mise sur le marché réduit et une meilleure efficacité opérationnelle.*

---

En collaborant avec les directions fonctionnelles et les ressources humaines, les DSI peuvent notamment utiliser l'analyse organisationnelle des réseaux, pour identifier les collaborateurs innovateurs capables d'animer une plaque tournante d'informations et de connaissances. Il peut s'avérer nécessaire d'organiser une action de conduite du changement pour promouvoir et introduire ces nouveaux outils dans le reste de l'entreprise et favoriser leur adoption.

Parmi les conduites qu'il conviendra de privilégier, figurent le partage des compétences et des connaissances et la réutilisation du capital intellectuel de l'entreprise (modèles de proposition, présentations client, documents marketing et commerciaux). Il est relativement facile de favoriser ces axes de collaboration au sein d'une démarche de réseau social, puisque les outils eux-mêmes (balisage, moteurs de recherche et systèmes de notation) disposent d'un suivi intégré de l'utilisation.

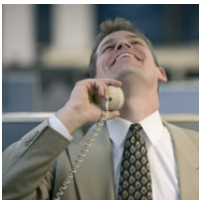
### **Résultat : une entreprise capable de s'adapter au changement**

Selon l'étude mondiale conduite par IBM en 2008 sur le capital humain, les caractéristiques clés des entreprises « parfaitement capables de s'adapter au changement » sont les suivantes :

- L'aptitude à prévoir les compétences nécessaires pour l'entreprise de demain ;
- La capacité à identifier des talents ;
- Une collaboration efficace.<sup>8</sup>

Comme ce livre blanc le démontre, une démarche Web 2.0 pertinente et orientée métier est parfaitement à même d'apporter aux entreprises les capacités d'adaptation dont elles ont besoin. Parmi les autres avantages potentiels pour l'ensemble de l'entreprise, figurent la réduction des délais de mise sur le marché, une conduite du changement facilitée grâce à la diffusion automatique des connaissances, de l'expérience et des compétences et une meilleure efficacité opérationnelle, liée à une valorisation très large du capital humain de l'entreprise dans le contexte des applicatifs ou des processus métier.

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle



Ces avantages peuvent également s'étendre et profiter à la relation client. Grâce à des blogs ou à d'autres sites extérieurs à l'organisation, pratiquement toutes les entreprises font déjà l'objet de commentaires sur le Web. Une démarche réussie de réseau social permet à l'entreprise de tirer parti de ces commentaires qui constituent une source inestimable d'informations et d'appréciations impartiales concernant l'entreprise, ses produits et ses services. Cette approche permet d'améliorer la confiance dans la marque et d'augmenter les ventes, tout en établissant une nouvelle source d'interaction client qui apportera une capacité de différenciation durable vis-à-vis de la concurrence.

Les collaborateurs de l'entreprise peuvent également bénéficier des avantages de la démarche Web 2.0. Elle permet d'améliorer la motivation et la stabilité des collaborateurs de l'entreprise, du fait qu'ils exercent leur activité de manière plus attractive et productive. Leur profil de progression peut s'améliorer par un processus plus souple de création d'idées et d'échange d'informations avec des experts issus de l'ensemble de la chaîne de valeur de l'entreprise. Par ailleurs, l'approche Web 2.0 permet d'éviter des erreurs, de combiner des activités redondantes, mais aussi d'améliorer la qualité des réalisations et de découvrir des opportunités inattendues en termes d'évolution professionnelle.

### **Web 2.0 et retour sur investissement**

La récente enquête Web 2.0 parue dans la publication *The McKinsey Quarterly* indique que l'une des barrières majeures à l'adoption de la démarche Web 2.0 au sein des entreprises réside dans l'incapacité de la direction à mesurer le retour sur investissement potentiel.<sup>9</sup> Vu sous un autre angle, ceci impose aux DSI de proposer aux dirigeants de l'entreprise et aux directions fonctionnelles un projet qui positionne la démarche de réseau social à la fois dans le contexte des finalités et des objectifs métier de l'entreprise, mais qui comporte également un argumentaire concernant le retour sur investissement.

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle

À partir de notre double expérience approfondie acquise aussi bien lors de nos mises en œuvres en interne au sein d'IBM , qu'au cours des implémentations de stratégies Web 2.0 pour nos clients, nous avons mis en évidence quatre axes de retour sur investissement dans le cadre d'une démarche Web 2.0 :

Une croissance accrue, amplifiée par l'innovation	grâce à	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une meilleure réactivité aux enjeux de relation client ;</li><li>• Une plus grande efficacité des communications internes et vers l'extérieur de l'entreprise ;</li><li>• Une « économie » naturelle axée sur la création et la valorisation d'idées.</li></ul>
Une capacité d'exécution plus rapide	grâce à	<ul style="list-style-type: none"><li>• La localisation de la bonne personne dans le contexte de compétences spécifique ;</li><li>• Un accès plus rapide aux « meilleures pratiques » dans le contexte d'une activité spécifique ;</li><li>• La capacité à acheminer et à partager de l'information pour la résolution de problèmes.</li></ul>
Une plus grande efficacité	grâce à	<ul style="list-style-type: none"><li>• Des économies de coûts pour la recherche de talents déjà disponibles au sein de l'entreprise ;</li><li>• Moins de duplication de travaux pour des projets présentant des points communs ;</li><li>• Une meilleure conformité, grâce à l'utilisation d'un ensemble d'outils intégrés, plus efficaces qu'un ensemble disparate d'applications Web.</li></ul>
Des talents stratégiques plus responsables	grâce à	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une meilleure valorisation des experts stratégiques issus de l'entreprise ;</li><li>• Une plus grande stabilité des jeunes embauchés ;</li><li>• Un développement professionnel plus rapide des collaborateurs les plus performants.</li></ul>

## Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle



Avec ce cadre pour référence, IBM a créé un modèle novateur de retour sur investissement orienté sur la collaboration plutôt que sur un modèle de processus. Cette démarche permet de mettre en lumière la valeur d'une approche Web 2.0 et d'assurer une plus grande efficacité de l'organisation grâce à l'identification des profils d'interaction qui deviennent, dans ce cadre de référence, visibles, reproductibles et mesurables.

### ***Les réponses d'IBM***

Le développement d'un projet de mise en œuvre Web 2.0 pertinent, approfondi et sécurisé n'est pas nécessairement facile. Outre la connaissance des technologies, il appartient aux DSI de prévoir tous les éléments fondamentaux nécessaires à l'approche Web 2.0, ainsi que les implications culturelles de la collaboration dans une étude de projet détaillée, indispensable pour obtenir l'approbation de la direction. Pour les DSI qui le souhaitent, IBM peut apporter son expérience considérable, ainsi que des ressources spécifiques, notamment un modèle mesurable de retour sur investissement, pour les aider dans leur argumentation.

IBM est un pionnier en matière de développement et de mise en œuvre de plates-formes informatiques de réseaux sociaux orientées métier, ce dont témoigne l'offre IBM Lotus Connections. Grâce à son expérience dans la création et l'adaptation des outils Web 2.0, d'abord au sein même d'IBM, puis pour ses clients de différents secteurs, la dernière version de Lotus Connections (2.0) a été de nouveau distinguée comme la meilleure plate-forme dans ce domaine lors de la conférence Enterprise 2.0 2008.<sup>10</sup> IBM Lotus Atlas et Quickr sont désormais disponibles et offrent des capacités étendues en matière de réseau social.

IBM participe également à une initiative spécifique, baptisée « Web 2.0 Goes to Work ». Cette action cible tout particulièrement les entreprises qui souhaitent valoriser la démarche Web 2.0, avec notamment un accès facilité à l'information, des applications enrichies basées sur les navigateurs, la mise en place de réseaux sociaux et les logiciels collaboratifs, spécifiquement destinés à un usage professionnel, et ce, de manière sécurisée et fiable.

IBM propose également d'autres initiatives ciblées, centrées sur le logiciel de collaboration et de partage de contenu Quickr, avec des offres d'évaluation, de mise en place pilote, de maîtrise du retour sur investissement et d'implémentation de réseau social à grande échelle.

## **Promouvoir le Web 2.0 dans l'entreprise : comment le Directeur des Systèmes d'Information (DSI) peut stimuler la croissance et obtenir davantage d'efficacité organisationnelle**

### ***Pour de plus amples informations***

Pour en savoir plus sur la démarche Web 2.0, sur l'initiative « Web 2.0 Goes to Work » d'IBM, ou pour des informations plus détaillées sur les produits et les services IBM en matière de réseaux sociaux, contactez votre représentant marketing IBM, ou votre partenaire commercial IBM, ou visitez le site web : [ibm.com/fr/cio/empower](http://ibm.com/fr/cio/empower)

En complément, IBM Global Financing propose des financements adaptés en fonction de vos besoins informatiques. Pour de plus amples informations concernant nos plans de financement et prêts flexibles, aux meilleurs taux d'intérêt, et nos prestations de reprise ou de remplacement d'équipements, visitez le site : [ibm.com/financing/fr](http://ibm.com/financing/fr)



#### **IBM France**

Compagnie IBM France  
17 Avenue de l'Europe  
92275 BOIS COLOMBES CEDEX

La page d'accueil d'IBM est accessible à l'adresse : **ibm.com/fr**

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les autres noms de sociétés, de produits et de services peuvent être les marques ou marques de services de tiers.

<sup>1, 2, 4, 5</sup> Enquête IBM Global CEO Study 2008, [http://www-935.ibm.com/services/fr/cio/pdf/cio\\_implications\\_ciw03040frfr.pdf](http://www-935.ibm.com/services/fr/cio/pdf/cio_implications_ciw03040frfr.pdf).

<sup>3, 8</sup> Étude mondiale 2008 sur le capital humain, [http://www-935.ibm.com/services/fr/bcs/pdf/chro\\_2008\\_summary.pdf](http://www-935.ibm.com/services/fr/bcs/pdf/chro_2008_summary.pdf).

<sup>6, 7, 9</sup> *Building the Web 2.0 Enterprise: McKinsey Global Survey Results*, The McKinsey Quarterly, juillet 2008.

<sup>10</sup> *IBM was the clear winner across the board*. Synthèse du symposium Enterprise 2.0 de Boston, [www-01.ibm.com/software/lotus/events/entreprise20/](http://www-01.ibm.com/software/lotus/events/entreprise20/).

© Copyright IBM Corporation 2009  
Tous droits réservés.

