



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.¹ 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.²

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.³

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

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



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.

^{1,2} Enquête IBM Global CEO Study 2008,
http://www-935.ibm.com/services/fr/cio/pdf/cio_implications_ciw03040frfr.pdf.

³ Étude mondiale 2008 sur le capital humain,
http://www-935.ibm.com/services/fr/bcs/pdf/chro_2008_summary.pdf.

© Copyright IBM Corporation 2009
Tous droits réservés.

