



Entreprises et réseaux sociaux, quel avenir ?

Avec la bulle Internet en 2000, le web 2.0 en 2007 et bientôt le web 3.0, Internet s'est rapidement transformé en un remarquable outil de travail que les entreprises ont parfois du mal à apprivoiser. Depuis peu, le phénomène des réseaux sociaux investit le système des entreprises. C'est un virage que ces dernières appréhendent, bien que les réseaux sociaux professionnels soient conçus pour leur être profitables. Focus sur ces web services de demain.

Avez-vous votre profil sur un ou plusieurs réseaux sociaux professionnels ? Comment envisagez-vous votre avenir et celui de votre entreprise sur le Web ? Savez-vous que ces réseaux émergents semblent être la nouvelle alternative au développement de l'entreprise sur la vaste toile du Web ? Après le remarquable succès auprès du grand public des réseaux sociaux, on note depuis peu l'apparition de réseaux dont l'utilisation est destinée à des fins professionnelles. Viadeo, Twitter, LinkedIn, Xing, Academici... proposent aux professionnels de s'inscrire gratuitement et leur donnent l'opportunité de gérer leur image professionnelle ainsi que

celle de leur entreprise sur le net. Ils facilitent également l'échange d'idées, d'informations, aident à gérer les contacts pour développer le business de l'entreprise.

Bien sûr, ces réseaux sont aussi un outil précieux pour faire progresser une carrière professionnelle. L'APEC (Association Pour l'Emploi des Cadres) a récemment noué un partenariat avec le réseau LinkedIn dans le but d'améliorer la recherche d'emploi. De même, un professionnel trouvera une réponse aux questions qui ne relèvent pas de ses compétences auprès d'un spécialiste qui saura lui apporter une meilleure analyse grâce aux applications

proposées par ces réseaux. Twitter, par exemple, est un excellent moyen d'élargir son réseau, fidéliser ses clients, faire la promotion de son produit ou surveiller la qualité de ses services. Ce réseau social regroupe un panel de services : e-mail, messagerie instantanée, blogs et contacts, qui permettent d'avoir sur la même interface un accès direct aux données personnelles. De nombreuses activités créent aussi leur réseau interprofessionnel à l'exemple de vinblog.fr, un réseau des spécialistes du vin afin que chacun puisse échanger dans des groupes de travail ou dialoguer en direct avec un interlocuteur.

En parallèle des réseaux sociaux professionnels, on note le développement de réseaux sociaux internes aux entreprises. Le succès de ces applications en interne est triple : la richesse de leur couverture fonctionnelle,

la facilité d'intégration et le coût réduit d'implémentation. Ces atouts conjugués à la réactivité des utilisateurs sont à même de répondre aux attentes de la majorité des entreprises. Dans les fonctions que proposent ces réseaux, la facilité du partage des connaissances entre experts et moins expérimentés, l'optimisation des échanges avec les collaborateurs qui s'expriment via le réseau, et la réponse aux besoins de mobilités et de recrutement interne sont appréciables.

Concernant la stratégie de l'entreprise, les réseaux sociaux professionnels peuvent également favoriser la veille collective. Résultats : les entreprises optimisent leurs relations clients, affichent une croissance de leurs ventes et constatent une amélioration de leur réputation sur le marché.

Il est cependant très important pour les entreprises d'agir par étapes et selon leur niveau de maturité concernant le concept de partage de connaissances et de collaboration distante. Il importe notamment de ne pas négliger les aspects liés à la communication et l'accompagnement du changement. 66 % des entreprises affirment que les réseaux sociaux sont l'avenir de la collaboration, seulement 7 % en ont adopté un, et 20 % ont mis en place une stratégie pour en instaurer un.

Les réseaux sociaux professionnels semblent en effet confrontés dans l'entreprise aux mêmes freins auxquels se heurte toute nouvelle technologie. Pas nécessairement familiarisés avec ces solutions, on constate notamment la réticence des cadres de management seniors. Ces réseaux peinent encore à trouver la clef pour avoir accès au système d'information des entreprises malgré une popularité acquise auprès des particuliers. Pour preuve, l'intégration de cette

Les bons réflexes d'utilisation

Si les entreprises redoutent l'adoption des réseaux sociaux professionnels, c'est qu'elles préjugent de réelles préoccupations qui pourraient leur coûter cher au-delà des atouts qu'elles peuvent en tirer. La sécurité et les doutes sur les bénéfices métier sont leurs principales réticences. Quelle sécurité sur les utilisateurs ? Quelle sécurité pour la diffusion d'informations confidentielles ? Cela représente un enjeu de taille dans un contexte où chacun est en mesure de partager avec ses contacts professionnels tout type d'information.

Afin d'éviter toute fuite de documents ou d'idées au profit de la

concurrence, certaines entreprises mettent en place leur propre réseau professionnel interne. C'est le cas d'IBM avec son réseau Bluehouse. Pour aller plus loin dans ce souci de protection, certaines sociétés instaurent dans leur réseau des applications régulant l'accès, même en interne, à certaines informations. Quant à la sécurité sur les utilisateurs, il est possible d'éviter les dérives avec la chasse aux faux profils et aux imposteurs. De plus, le déploiement en interne de ces solutions peut porter préjudice à l'entreprise puisque le temps passé sur ces réseaux par les professionnels risque de freiner

leur productivité. Mieux vaut donc prévenir que guérir en clarifiant les bonnes pratiques et en prenant en compte les éventuels problèmes de sécurité pour l'entreprise.

Nonobstant ces dérives, les réseaux sociaux professionnels ont un bel avenir dans l'univers de l'entreprise puisque les services qu'ils lui confèrent deviennent de plus en plus utiles dans les différentes approches commerciales et stratégiques qu'elle a du Web.

Antoine Bonneté

A vous d'essayer :

Web 2.0 :

Expression lancée par Tim O'Reilly, le Web 2.0 désigne ce qui est perçu comme un nouveau du World Wild Web. On qualifie de Web 2.0, les interfaces permettant aux internautes d'interagir sur le contenu des pages mais aussi entre eux. Le Web 2.0 est un web communautaire et interactif.

Web 3.0 :

Expression à court terme utilisée pour désigner ce qui constitue l'étape à venir du développement du World Wild Web.

LinkedIn.com :

Réseau social professionnel fondé en 2002 aux USA. Il recense plus de 35 millions de membres issus de 170 secteurs d'activités en 2008. Il se définit comme un réseau de connaissance qui facilite le dialogue entre professionnels. La version française est lancée depuis le 25 novembre 2008.

Viadeo.com :

Réseau social professionnel basé à Paris, il compte 2 millions d'utilisateurs en France. Créé en juin 2004, il représente un outil permettant d'augmenter ses opportunités « business ».

Autres réseaux :

Hélicia.fr, Elabospace.com, Xing.com

Et aussi :

TribuBtp.com : le réseau social de la construction

Mysportprofiler.com : le réseau social professionnel du business du sport

Lesjeudis.com : le réseau social pour les informaticiens

Anmv.fr : le réseau réservé aux salariés des métiers de la vente.