



La fin des réseaux sociaux d'entreprise ?

par Virginie Boillet , le 04/01/2013 à 11:06

Nous reprenons ici un article rédigé par Bertrand Duperrin sur son blog. Résumé : le réseau social ne va pas mourir mais profondément muter. Ne recouvrant qu'une partie du besoin des utilisateurs, il montre ses limites, tout comme l'email. Mais plutôt que disparaître, leurs principes vont s'intégrer dans des outils à la vocation professionnelle plus vaste et méritant enfin le statut d'outil de travail central dans le poste de travail de demain. Et en arrêtant de limiter la dimension sociale au seul réseau, l'entreprise touchera enfin pleinement les dividendes de ses projets.

Il y a quelques temps deux choses se sont passées dans la même semaine qui ont attiré mon attention sur une évolution de fonds du marché des réseaux sociaux d'entreprise.

La première a été un échange avec un de mes contacts suite à une annonce d'un acteur rentrant sur le marché. Sa réaction spontanée fut "ah, un nouveau RSE ?". Ma réponse "non...c'est...". En fait c'était typiquement l'application des principes sociaux au flux de travail. Mais voilà quand on dit "social" il s'avère que pour quasiment tout le monde on comprend réseau. Je vais encore une fois me référer à la distinction opérée avec beaucoup de pertinence par le Real Story Group mais networking et collaboration sont deux dimensions complémentaires de la sphère sociale mais, et l'expérience le confirme chaque jour, croire que l'un va totalement remplacer l'autre mène à de nombreuses déconvenues et est la cause de l'échec relatif de nombre de projets. Non en raison de la qualité des outils mais de leur inadéquation à leur but.

La seconde a été ce billet de Marc Devillard. Je conçois que la forme ait pu en irriter certains (mais dans ce monde où les messages abondent, ne faut-il pas parfois un peu surjouer pour être entendu, notamment lorsqu'on s'écarte du message consensuel mais erroné qui arrange tout le monde) mais le fonds était très pertinent. Que nous disait-il ? :

"De la même manière, les réseaux sociaux se comparent à l'e-mail pour se donner du poids. Mais leur rentabilité est négative. Elle est adossée à une contradiction intrinsèque, qui est de demander aux individus de passer beaucoup de temps à être improductifs au travail."

Et il concluait de manière volontairement provocatrice à la mort des réseaux sociaux.

Et j'étais d'accord. Pourquoi ? Le social limité à sa seule dimension réseau n'est pas facteur de productivité immédiate, il crée le contexte d'une meilleure productivité future. Très utile cela ne résout pas le problème de l'entreprise qui est d'améliorer sa performance aujourd'hui et dans le futur. Ce besoin à la fois d'immédiateté et de durabilité.

Donc le réseau social va disparaître. Enfin d'une certaine façon. Il va disparaître sous sa forme actuelle en tant qu'outil limité aux activités hors flux de travail pour s'intégrer dans des outils au périmètre plus vaste couvrant l'ensemble des besoins du collaborateur. Lequel, puisqu'on parle de productivité, faisant face à un vrai problème aujourd'hui : alors que tout n'est qu'information à traiter il doit changer d'outil en fonction de la source de l'information. Lorsqu'on sait en plus que les destinataires de l'information (ceux avec qui on la traite) sont en général accessibles depuis un outil qui n'est pas celui qui la contient on voit bien le caractère fastidieux et hautement improductif de la situation.

Confirmation sur le terrain. J'ai la chance de travailler sur quelques projets d'ampleur en ce moment et à chaque fois le même scénario se répète. On démarre un projet réseau social mais il n'est que l'avant-garde d'un projet poste de travail ou digital workplace qui le suit de près et qui se cale sur lui.

Un autre éditeur me disait d'ailleurs récemment qu'il préférerait le terme "plateforme social business". Pourquoi ? Parce que cela implique une foule de médias et canaux internes et externes, d'outils d'entreprise et grand public à utiliser conjointement, certains étant sociaux par nature d'autres à ramener dans le contexte social.

Alors, comme l'email, le réseau social va disparaître sous sa forme actuelle mais ses principes vont rester, intégrés dans des outils à vocation beaucoup plus large qui réconcilient et rassemblent les sources d'information, leurs émetteurs et destinataires, et rendent possibles les modes d'interactions et de travail les plus divers.

Tout simplement parce que sous sa forme actuelle, focalisée sur le networking et les conversations hors flux de travail le réseau social a montré tout son potentiel mais également toutes ses limites et incarne une vision idéalisée mais incomplète et biaisée du travail même si elle préfigure une partie de l'avenir.

Aujourd'hui un projet poste de travail nécessite, bien sûr, l'intégration d'un réseau social mais également de nombreux autres composants pas nécessairement conçus pour, ce qui est une tâche complexe. Demain des outils proposeront un nombre croissant de fonctions socialisées en interne, intégreront ce qui fut l'email, les alertes métiers, les conversations "sociales" et communautaires et proposeront des connecteurs pour le reste. Idem pour les outils métier qui se socialiseront en tant que tel sans avoir besoin d'une surcouche ad hoc.

Le réseau social va donc devenir ce qu'il aurait dû être dès le début si on ne l'avait pas conçu "contre" l'existant.

Comme je le disais déjà ici le futur du poste de travail est social et le réseau n'en sera qu'une partie. La question est de savoir qui gagnera la bataille du front-end : la plateforme sociale qui aspirera les activités métier ou les plateformes métier qui aspireront le communautaire comme une activité périphérique. L'avenir le dira.

En tout cas, une chose est certaine : arrêtons de prédire la mort de tel ou tel outil. Essayons plutôt de comprendre leurs mutations à venir.

Source : Bertrand Duperrin - <http://www.duperrin.com/2013/01/04/la-fin-des-reseaux-sociaux-dentreprise/>

Catégories : Avis d'expert, Analyse, RSE / Collaboratif, Réseaux sociaux d'entreprise (RSE)

