



3 QUESTIONS À...

Edith Page

21 JANVIER 2014

RÉSEAUX SOCIAUX INTERNES À L'ENTREPRISE: COMMENT CRÉER LA COLLABORATION ET POURQUOI

Quelques années après avoir touché les particuliers, la vague des réseaux sociaux est arrivée dans le monde des entreprises. Certaines utilisent les réseaux sociaux externes, telles que Facebook ou LinkedIn, pour interagir avec l'extérieur. Et de plus en plus d'entre elles créent un réseau social interne, destiné à leurs collaborateurs. Comment? Pourquoi? Faut-il être une multinationale pour se le permettre? Ou des outils sont-ils également à la portée des petites entreprises? C'est pour répondre à ces questions que la Swiss Community Managers Association organise une conférence le 21 janvier, en collaboration avec la Fédération des Entreprises Romandes Genève. Edith Page, membre du comité d'organisation de la Swiss Community Managers Association (SCMA), est cofondatrice de Net-Academy.ch, un institut de formation en médias sociaux partenaire de la SCMA et fondatrice de l'agence de communication In-fuseon.com.

«Les entreprises de toutes tailles peuvent utiliser des réseaux sociaux internes»

PROPOS RECUEILLIS PAR
PIERRE CORMON

A quoi servent les réseaux sociaux d'entreprise?

Ils servent à stimuler la créativité des collaborateurs et à les faire adhérer aux actions que mène l'entreprise, par exemple dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale. Prenez l'exemple d'une entreprise qui met sur pied un plan de mobilité pour encourager ses collaborateurs à faire recours à la mobilité douce: covoiturage, transports publics, vélo, etc. Avec un intranet, les informations sont mises à la disposition des collaborateurs, mais ceux-ci n'ont pas les moyens de réagir, ni de savoir qui adhère au programme. Avec un réseau social interne, les collaborateurs peuvent publier des messages, générer des commentaires, émettre des opinions. On obtient plus rapidement leur adhésion et la mise en place du plan s'en trouve facilitée. Ce fonctionnement peut s'appliquer à d'autres domaines, comme les économies d'énergie, en communiquant sur les bonnes pratiques. Je crois beaucoup à ces outils et à leur retour sur investissement.

A partir de quelle taille une entreprise peut-elle mettre en place un réseau interne?

Il n'existe pas de limite. Les grandes entreprises utilisent des plateformes internes relativement grandes, permettant à des personnes travaillant dans différents pays de travailler ensemble. Elles nécessitent l'acquisition de licences d'utilisation professionnelle et des investissements en termes de maintenance et de gestion de projets. Elles ne conviennent pas à de très petites structures, mais celles-ci peuvent utiliser des outils beaucoup plus légers, sur le web, du type Google+. Ils permettent de créer un réseau social privé, par exemple pour mettre en place une collaboration autour d'un projet. J'ai

moi-même participé à un projet dans le domaine de l'immobilier, impliquant des personnes de plusieurs entreprises, qui collaboraient grâce à un réseau de ce type. Et entre deux, il existe toute une série de plateformes. Il n'y a donc pas de barrières. Ce qui compte réellement est l'objectif poursuivi par la direction de l'entreprise et les moyens alloués pour créer l'adhésion.

Comment la conférence se déroulera-t-elle?

En deux temps. Nous commencerons par écouter trois intervenants. Une personne de Jive Software (éditeur de logiciels

de réseaux sociaux internes) donnera un aperçu du marché, des tendances, des utilisateurs, des bonnes pratiques. Un représentant de Givaudan, qui a créé un réseau social interne il y a deux ans, permettant à des personnes réparties dans des dizaines de pays de collaborer, nous donnera son retour d'expérience. Un stratège digital nous parlera des bonnes pratiques et des techniques d'animation des réseaux sociaux internes, en mettant en avant deux éléments: les objectifs de gouvernance d'entreprise et les objectifs de ressources humaines, comme le e-learning. Dans un deuxième temps, tout le monde se retrouvera autour d'une table ronde pour répondre aux questions. ■

Lieu FER Genève, 98, rue de Saint-Jean
Date 21 janvier 2014
Horaires Accueil dès 17h., conférence à 17h30, apéritif à 19h.
Prix 50 francs, gratuit pour les membres de la FER Genève et de la Swiss Community Managers Association
Inscription www.fer-ge.ch ou [//swisscommunitymanagers.ch](http://swisscommunitymanagers.ch).
Membres FER Genève: pour obtenir le code promotionnel à rentrer sur le formulaire d'inscription, prendre contact avec Dominique Niederhauser, 058 715 34 17 ou dominique.niederhauser@fer-ge.ch



LES RÉSEAUX SOCIAUX d'entreprise permettent notamment de stimuler la créativité et la collaboration des employés.