Entreprise 2.0 : la tête et les jambes

nthony Poncier [1]
ssocié et «social business director» EMEA
ublicis Consultants Net Intelligenz

n savoir plus sur l'auteur [1]

09 janvier 2013 | 2 commentaires

Mots-clés : Innovation [2], Management [3], Anthony Poncier [4], conduite du changement [5], Encore [6], entreprise 2.0 [7], Innovation [8], management [9], Europe [10]

Tweet [11]

[12]
[13]
[14]

Accompagner la transformation d'une entreprise nécessite un savoir faire, mais aussi les moyens de le déployer. Si autant de projets échouent, ce n'est pas par hasard. Bien souvent l'une de ces deux conditions n'est généralement pas remplie.

Quand des instituts comme Forrester [15] annoncent que d'ici 2016 le marché des réseaux sociaux d'entreprise représentera 6,1 milliards de dollars rien que pour les éditeurs, forcément l'ensemble des agences et cabinets de conseils se met sur les rangs, sans connaître grand chose à ce type de projet. C'est pourquoi certains petits cabinets arrivent à tirer leur épingle du jeu, car au niveau de la mise en place de la gouvernance, de la stratégie de déploiement d'un pilote, ils ont acquis un savoir faire bien supérieur. Malheureusement quand il s'agit de changer d'échelle, ces petits cabinets ne peuvent plus suivre, n'ayant pas les ressources nécessaires à mobiliser pour assurer le suivi d'un déploiement à grande échelle, encore plus quand il est à l'international, puisque là on rentre notamment sur des questions de management interculturel. Etant spécialisés sur le "collaboratif", ils vont aussi finir par se trouver dépourvus, quand il va falloir aborder les questions de processus RH ou de processus métiers qui leurs sont souvent étrangers.

Des jambes pour courir après quoi ?

Les jambes, les grands cabinets les ont. Mais on retrouve les bonnes vieilles recettes de conduite du changement appliquées dans les années 90, et qui malheureusement pour les entreprises qui choisissent ces grands cabinets, ne sont pas optimales pour ce type de projets où on ne parle pas de formation à l'outil, mais bien de changement culturel. Sans un minimum de savoir faire, on va avoir une armée de consultants qui vont appliquer des principes déconnectés de la réalité de ce type de projet. Car oui si une forte présence de terrain est obligatoire pour accompagner un projet collaboratif de grande ampleur, le plus souvent un suivi à distance n'est pas suffisant. Encore faut-il appliquer les "bonnes recettes" et les adapter au goût du jour et à la question du changement d'échelle, car ce qui est possible à petite échelle, ne peut facilement s'appliquer à une plus grosse échelle. Il faut des relais capables de s'adapter à ces nouvelles contraintes, qui sont loin des préceptes de gestion de déploiement d'un projet IT.

Une tête, des jambes, et du temps

Et puisqu'on parle des jambes, là il faut plutôt se tourner vers les entreprises qui voient toujours cela comme un sprint. On parle là d'un marathon, car évoluer culturellement, transformer son organisation, cela prend du temps et nécessite un accompagnement à la hauteur des enjeux. Et là encore, on est bien loin de la ligne d'arrivée. Donc au final votre projet de social business, c'est trouver un accompagnant qui la tête et les jambes pour vous guider, à condition de lui laisser aussi le temps de le faire.

Anthony Poncier [1]

URL source: http://www.atelier.net/trends/chronicles/entreprise-20-tete-jambes

Liens:

[1] http://www.atelier.net/authors/anthony-poncier

[2] http://www.atelier.net/category/categories/innovation-recherche

[3] http://www.atelier.net/category/categories/management
[4] http://www.atelier.net/category/tags-libres/anthony-poncier
[5] http://www.atelier.net/category/tags-libres/conduite-changement
[6] http://www.atelier.net/category/person/encore
[7] http://www.atelier.net/category/tags-libres/entreprise-20
[8] http://www.atelier.net/category/free-tags/innovation
[9] http://www.atelier.net/category/free-tags/management
[10] http://www.atelier.net/category/geographic-zones/emea/europe
[11] https://twitter.com/share
[12] http://www.atelier.net/printmail/414929
[13] http://www.atelier.net/print/414929
[14] http://www.atelier.net/printpdf/414929
[15] http://www.forrester.com/