

Les communautés de pratique, premier carburant du réseau social de Schneider Electric

[Imprimer](#) ^[1] [Envoyer](#) ^[2] [Commenter](#) ^[3]
[Partager](#) | ^[4]

Réseau social d'entreprise

Les communautés de pratique, premier carburant du réseau social de Schneider Electric

25/04/2013 - Par Olivier Roberget o.roberget@collaboratif-info.fr ^[5]

[Collaboration](#) ^[6] [Communauté](#) ^[7] [Energie](#) ^[8] [Industrie](#) ^[9] [Knowledge Management](#) ^[10] [Réseau social](#) ^[11] [Schneider Electric](#) ^[12] [Tibbr](#) ^[13] [Tibco](#) ^[14]
[abonnés]

[Olivier Roberget](#) ^[15]

Réseau social d'entreprise

Ils sont 150 acheteurs de Schneider Electric réunis dans une communauté de pratique. Ils viennent de toutes les usines et partagent désormais leurs bons plans via le réseau social d'entreprise Spice. Après une première réunion de lancement qui rassemblait une trentaine d'acheteurs dans le cadre d'un atelier de trois jours, le leader de la communauté s'est démené pour faire connaître la démarche et l'animer. Il a ajouté un petit plus pour convaincre les hésitants : la promesse qu'aucune question posée ne resterait plus de 24 heures sans réponse. C'est le type de démarche qu'entend promouvoir l'industriel...

Ils sont 150 acheteurs de Schneider Electric réunis dans une communauté de pratique. Ils viennent de toutes les usines et partagent désormais leurs bons plans via le réseau social d'entreprise Spice.

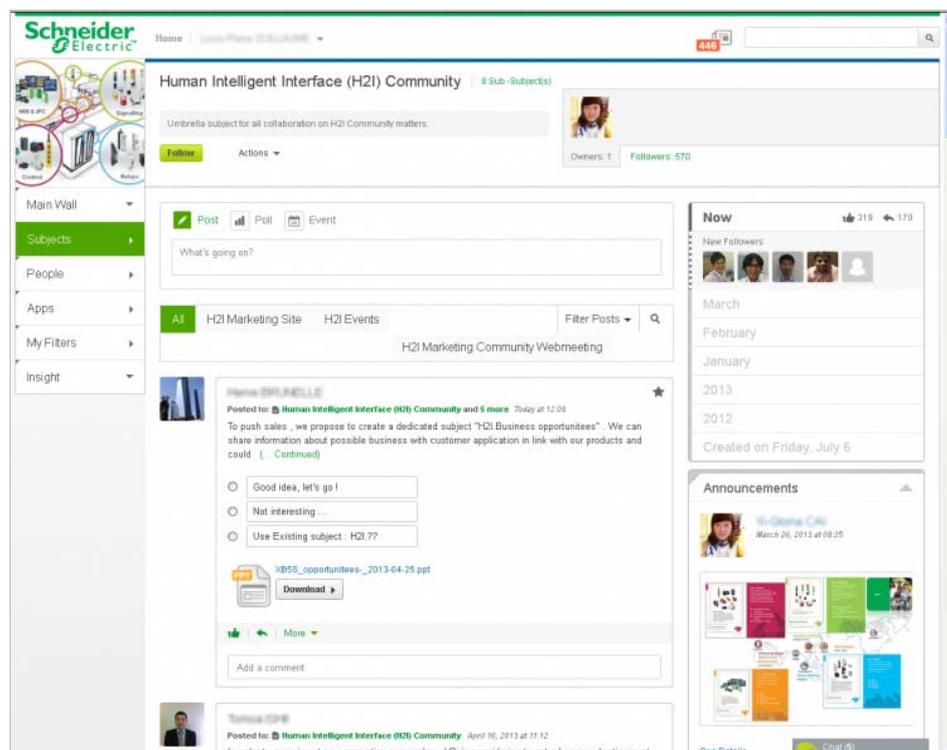
Après une première réunion de lancement qui rassemblait une trentaine d'acheteurs dans le cadre d'un atelier de trois jours, le leader de la communauté s'est démené pour faire connaître la démarche et l'animer. Il a ajouté un petit plus pour convaincre les hésitants : la promesse qu'aucune question posée ne resterait plus de 24 heures sans réponse.

C'est le type de démarche qu'entend promouvoir l'industriel dans le cadre de son programme de transformation [Connect](#) ^[16], dont l'un des volets cible l'engagement des employés et l'évolution des modes de management ().

Un prélude à un déploiement en mode viral

Le réseau social fournit l'outillage pour mettre les employés en relation et leur donne les moyens de converser en ligne. En retour, les communautés de pratiques et d'experts, qui sont par défaut publiques, l'ont alimenté en contenu avant son ouverture à l'ensemble des employés.

Faire venir des collaborateurs motivés, organisés en communautés, sensibilisés aux besoins d'animation était le meilleur moyen de mettre de la vie sur le réseau social et donner envie de le rejoindre.



L'approche a fonctionné. En cumulant les participants aux groupes projets et les membres des communautés de pratique et d'experts, ils ont été 15 000 à avoir rejoint le réseau social. « *Nous avons atteint une masse critique suffisante pour basculer dans un mode viral* », argumente Louis-Pierre Guillaume, directeur Knowledge Management de Schneider Electric.

Spice, le réseau social de Schneider Electric, est motorisé par Tibbr, solution de Tibco en mode Saas.

Spice a été lancé officiellement il y a quelques jours et il compte déjà près de 45 000

membres, soit plus de la moitié des 80 000 employés qui sont dotés d'un poste informatique. Par vagues successives, la DSI relie les différentes entités du groupe au réseau social, mais l'activation du compte nécessite une démarche volontaire de chaque employé.

Dernières communautés créées, premières à rejoindre Spice

Si l'on revient quelques mois en arrière, les premières communautés à avoir rejoint le réseau social en septembre 2012 furent celles qui venaient de se créer, leurs besoins d'outillage étant les plus pressants. Elles n'avaient cependant aucun historique de collaboration, d'où l'importance d'accéder à un programme d'accompagnement.

Gouvernance et accompagnement pour les communautés de pratique

La création de communautés est libre : chaque membre de Spice peut ouvrir un espace de partage avec des collègues.

« *Je conseille au fondateur de la communauté d'associer le sponsor et la core team à la rédaction de la charte de création* », insiste le directeur KM. Chez Schneider Electric, le

L'utilisation déclare le type d'espace : groupe projet, communauté d'intérêt, communauté d'experts ou de pratique (cop). Cette dernière option déclenche un plan d'accompagnement.

Une aide au lancement pour les cop : une fois intégré les spécificités d'une communauté de pratique, l'étape suivante consiste à se poser les bonnes questions : l'objet de la communauté, les profils des membres, l'objectif business, les bénéfices individuels pour les participants, la liste des événements planifiés au cours des prochains mois, les types de discussions... soit un document d'une demi-douzaine de pages.

L'équipe d'accompagnement assiste le leader lors des premières réunions de lancement.

Une communauté des leaders fournit un lieu d'échange pour partager les questionnements et les recettes, notamment en termes d'animation.

rôle du sponsor est essentiel car, in fine, ce sera lui qui sera chargé d'apprécier la valeur business d'une communauté de pratique ou d'experts et donc la poursuite de son activité.

Louis-Pierre Guillaume est justement en train de définir un framework destiné à évaluer les bénéfices générés par les communautés Dans une société comme Schneider Electric, très attachée aux indicateurs, ceux-ci sont déterminants à plusieurs égards.

« **70 descriptions de poste font**

référence à la compétence collaboration et KM »

Louis-Pierre Guillaume,
directeur Knowledge Management de Schneider Electric

Apporter la preuve de l'utilité d'une communauté de pratique ou d'experts est un moyen de renforcer ses moyens en encourageant les managers à dégager davantage de temps aux participants et, en particulier, à son leader. Leur rôle n'est pas suffisamment reconnu. D'ailleurs, il ne figure pas toujours dans la fiche de description de son poste.

L'industriel est néanmoins plutôt en avance dans ce domaine. La compétence « Animation de communautés », récemment élargie au KM et à la collaboration, est codifiée par les ressources humaines. « 70 descriptions de postes y font référence », précise Louis-Pierre Guillaume.

Enthousiaste, il poursuit : « *j'ai constaté que cette compétence figurait parmi les éléments clés de la définition d'un poste de vice-président qui avait été ouvert en interne* ».

Jusqu'à 8 000 communautés

L'autre intérêt de mesurer la valeur est de se donner les moyens de faire le ménage parmi les multiples communautés existantes en fermant celles qui ne sont plus actives ou n'apportent pas de valeur.

Ce qu'avait fait Schlumberger, la précédente société de Louis-Pierre Guillaume, réduisant d'un tiers leur nombre. Dans un groupe de la taille de Schneider Electric, les chiffres peuvent vite donner le tournis.

Selon les projections établies à partir du nombre de processus, de métiers..., on pourrait

compter jusqu'à 800 communautés de pratique et d'experts (il y en a moins de 200 aujourd'hui) et 8 000 communautés au total, si on ajoute les groupes d'intérêt et projets. Soit un espace partagé pour dix utilisateurs dotés d'un poste informatique, un ratio qui a été observé dans un autre grand groupe.

Maîtriser le nombre de communautés évite la déperdition d'énergie et soulage le moteur de recherche - bien souvent le maillon faible des réseaux sociaux d'entreprise - en réduisant le bruit.

Aujourd'hui, la priorité du directeur KM est d'évaluer les apports des communautés de pratique et d'expertise en allant au-delà des mesures de participation, même si celles-ci s'avèrent utiles dans un premier temps.

En suivant les discussions et les demandes d'entraide qui sont postées, il espère être en mesure de mettre en avant quelques belles histoires issues des nouvelles communautés. Pour les plus anciennes, le sponsor dispose de davantage de recul, il devrait plus simple d'apprécier les bénéfices business.

Le chantier de l'urbanisation du système d'information social est ouvert

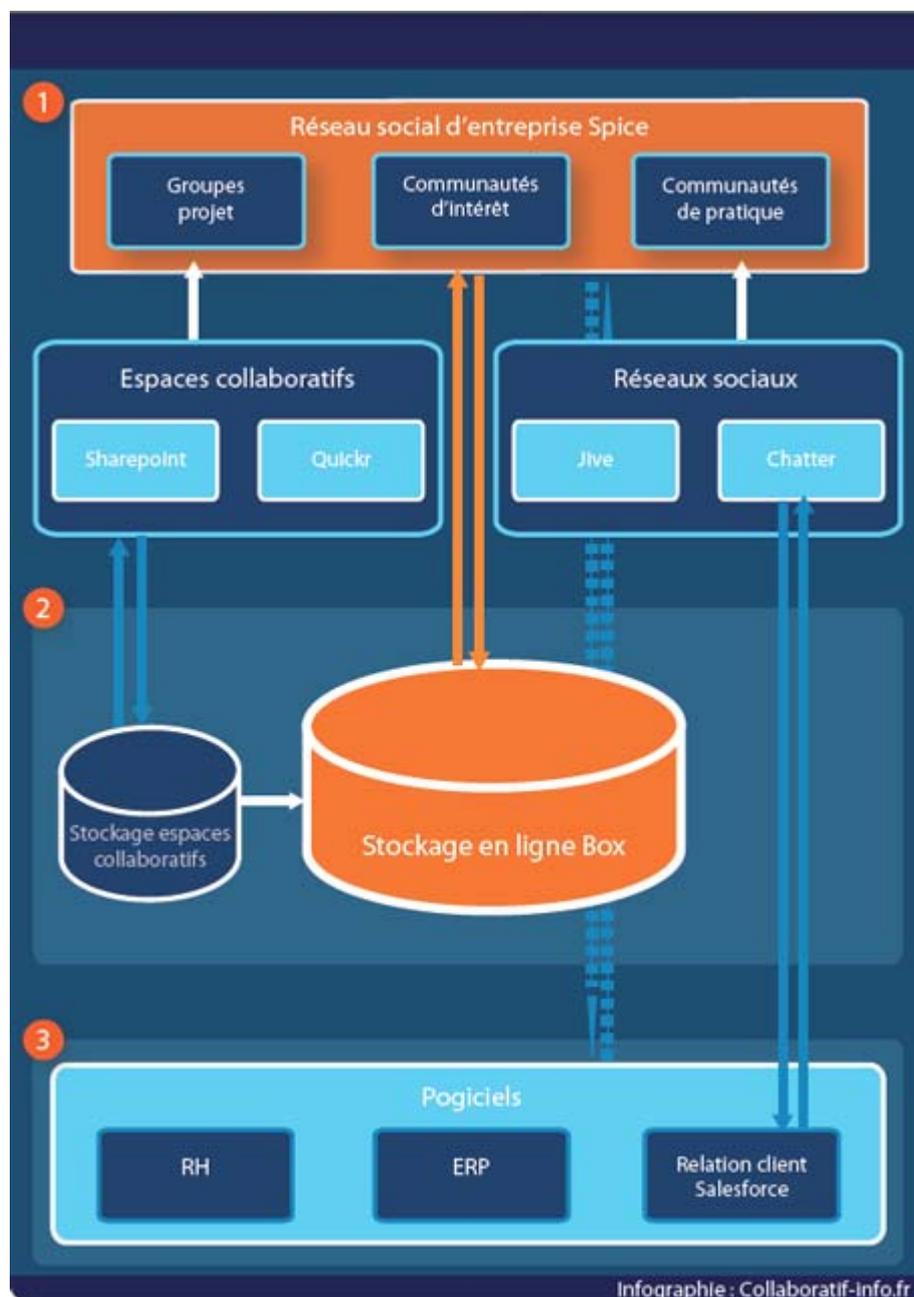
Un autre enjeu concerne ces communautés qui s'étaient constitués avant le lancement du réseau social. Certaines étaient parties avec IBM Quickr ou Sharepoint, d'autres avec Jive ou Chatter.

L'ambition de l'industriel est de rapatrier sur Spice, motorisé par Tibbr, la plate-forme Saas de Tibco, l'ensemble des communautés, tout en sachant qu'il faudra du temps et que cela ne sera pas toujours possible, au moins dans un premier temps. C'est le cas notamment pour les communautés ouvertes à des partenaires, une option que ne propose pas encore Spice.

Un réseau social orienté collaboration métier

Les utilisateurs de Chatter collaborent aujourd'hui autour de problématiques de relation client. Spice sera branché sur le logiciel de Salesforce puis sur d'autres applications métier dans un second temps.

L'un des scénarios qu'imagine le directeur KM est la cohabitation de communautés spécifiques sur des outils tels que Jive et d'autres sur Spice avec un déplacement progressif vers ce dernier car c'est sur cette plate-forme que convergent tous les



1/ Collaboration : un réseau central

Tous les employés de Schneider sont appelés à rejoindre le réseau social Spice pour y constituer des groupes projets, des communautés de pratiques et d'experts, ou simplement se réunir autour d'intérêts communs. L'idée est de basculer les utilisateurs d'autres outils collaboratifs ou sociaux, vers la nouvelle plate-forme.

2/ Stockage : un couplage avec Spice

Box, qui est en train d'être déployé, constituera l'espace de stockage associé au réseau social. Les utilisateurs des espaces collaboratifs pourront y migrer les contenus aujourd'hui stockés dans Sharepoint ou Quickr.

3/ Applications : une connexion à venir

Les utilisateurs de Chatter collaborent aujourd'hui autour de problématiques de relation client. D'ici quelques mois, Spice sera branché sur le logiciel de Salesforce puis sur d'autres applications métiers.

utilisateurs et donc les échanges.

Aucune intégration entre les différentes plates-formes sociales n'est prévue, mais des aides à la migration vers Spice sont proposées, en particulier pour les communautés qui souhaitent récupérer leur contenu. Celui-ci sera transféré vers Box, la solution de stockage en ligne associée au réseau social.

Le cas de Chatter sort de la logique générale. Le réseau social de Salesforce sera, en effet, abandonné d'ici la fin de l'année. Les communautés devront migrer impérativement vers Spice qui se connectera au logiciel de gestion de la relation client.

Le mérite de Salesforce aura été de mettre en évidence les bénéfices d'une collaboration autour d'objets métier, mais c'est le logiciel de Tibco qui prendra le relais. Sa philosophie est identique, avec la promesse d'une ouverture à de multiples applications métiers, mais il n'affiche pas encore la même maturité. Les équipes de Schneider ont d'ailleurs dû aider l'éditeur à définir les spécifications.

Les questions que posent la connexion aux applications métiers

Les enjeux sont multiples. Sur le plan technique, quel niveau d'intégration sera proposé ? Sera-t-il possible d'interagir directement depuis le flux d'activité sur des objets métiers ou simplement de les commenter ?

Sur le plan organisationnel, peut-on imaginer créer autant de groupes que d'objets métier ? Il n'est pas sûr que la plate-forme de Tibco soit taillée pour gérer des centaines de milliers voire des millions de groupes. Si les groupes sont élargis, la correspondance des droits ne sera sans doute pas simple à régler.

Ce sont toutes ces questions auxquels est aujourd'hui confronté Schneider Electric. Reprenant le constat d'un ancien premier Ministre, Louis-Pierre Guillaume conclut : « *la voie est droite, mais la pente est raide* ».

Les points clés du réseau social Spice

Objet

- Proposer une plate-forme de collaboration globale à l'échelle de l'entreprise qui dépasse les approches par silos.

Méthode

- Commencer par faire venir les communautés de pratique et les groupes projets, qui sont structurés pour la collaboration.
- Accueillir dans un second temps les individus, les communautés d'intérêt et les groupes organisationnels.

Solution

- Le réseau social Tibbr, de Tibco, en mode Saas.
- Le service de stockage en ligne Box.

Données chiffrées

- 45 000 employés, soit plus de la moitié des 80 000 qui sont dotés d'un poste informatique ont rejoint le réseau social.
- 200 communautés de pratique et d'experts sont hébergées sur le réseau.
- 1/3 des communautés et groupes créés sont publics, 1/3 privés (le contenu n'est visible que des membres), 1/3 secrets.

Financement

- Le réseau social est pris en charge au niveau du groupe par le service informatique. Le coût est affecté à chaque poste informatique, comme les services réseaux.

Calendrier du projet

2012 : ouverture du réseau social à un public restreint, les membres de communautés constituées.

2013 : lancement officiel et ouverture à un large public. Mise en place des indicateurs de réussite des communautés.

2014 : l'ensemble des salariés auront rejoint Spice, la connexion avec les applications métier sera effective.

[Revenir au début de l'article](#)

[Imprimer](#) ^[1] [Envoyer](#) ^[2]

[Commenter](#) ^[3]

[Partager](#) |

[4]

URL source: <http://www.collaboratif-info.fr/retour-experience/les-communaut-es-de-pratique-premier-carburant-du-reseau-social-de-schneider-electr>

Liens:

- [1] <http://www.collaboratif-info.fr/print/4015>
- [2] <http://www.collaboratif-info.fr/printmail/4015>
- [3] <http://www.collaboratif-info.fr/comment/reply/4015#comment-form>
- [4] <http://www.addthis.com/bookmark.php?v=250&username=collaboratif-info>
- [5] <mailto:o.roberget@collaboratif-info.fr>
- [6] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/collaboration>
- [7] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/communaute>
- [8] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/energie>
- [9] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/industrie>
- [10] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/knowledge-management>
- [11] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/reseau-social>
- [12] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/schneider-electric>
- [13] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/tibbr>
- [14] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/tibco>
- [15] <http://www.collaboratif-info.fr/profil/olivier-roberget>
- [16] http://www2.schneider-electric.com/corporate/fr/presse/communiques/viewer-communiques.page?c_filepath=/templatedata/Content/Financial_Release/data/fr/shared/2012/02/20120222_connect_programme_d_entreprise_2012_2014.xml