



Connect
People

Engaging Workplace

Les communautés pour notre intelligence collective

Début d'un long voyage

Congrès HR

4 avril 2012



Louis-Pierre Guillaume, Enterprise Communities & Knowledge Management – Schneider Electric
louis-pierre.guillaume@schneider-electric.com – @lpguillaume

Schneider
 **Electric**

Problématique et contexte – H1 2011

- Des communautés faiblement visibles, des animateurs peu reconnus
- Le programme d'entreprise 2012-2014 est en cours de définition
- Leadership basé sur Collaboration, Responsabilisation, Confiance
- Réfection sur la collaboration, l'intelligence collective, les outils collab.
- Appel d'offres pour un réseau social d'entreprise (RSE)
- Retour sur l'usage du réseau social de notre gestion relation clients
- Pilotes de remue-ménage collaboratif pour définir le programme
- Les deux experts en collaboration d'entreprise et RSE se rencontrent

Démarche suivie

- Convaincre des membres du ComEx (RH, IT, S&I) de lancer un projet
- Définir: gouvernance, cadre de fonctionnement, boîte à outils, règles
- Centrer les communautés sur l'intérêt pour le business et les membres
- Tirer partie des outils existants
- Lancer quelques pilotes pour valider la méthodologie
- Lancer une communauté de pratique des animateurs de communauté
- Créer un annuaire des communautés
- Insérer les communautés dans le programme d'entreprise,

Points d'achoppement

- RSE: choix retardé pour des contraintes budgétaires
- Trop d'outils, beaucoup de silos à accès restreint
- Profils riches des employés peu remplis
- Outil de recherche très limité
- Culture de management encore trop top-down, dirigée par des KPI
- Plein de groupes créés dans le RS du GRC, peu d'activité
- Confusion entre CoP, CoI, CoE, équipe projet, équipe de management
- Équipe centrale du programme de communautés en 2012: 1,10 ETP

Facteurs clés de succès

- Le programme d'entreprise 2012-2014:
 - mise en œuvre de la stratégie, portée par le business et les fonctions
 - légitimité et reconnaissance des CoPs,
 - engagement des animateurs et des sponsors
- Sponsor au niveau du ComEx
- Orientation business des CoPs, objectif métier, collaboration et partage entre les entités, réseautage entre les fonctions et le business
- Liberté dans un cadre défini
- L'expérience du RS du GRC a créé des besoins non satisfaits
- La communauté des animateurs: partage et reconnaissance

Enseignements à tirer

- Sans sponsor au niveau du ComEx, point de salut
- Les communautés: vecteurs de transformation culturelles de l'entreprise, via l'expérience de la Collaboration, de la Responsabilisation et de la Confiance.
- Les communautés sont là aussi pour avoir du « fun »

Écueils à éviter

- Se focaliser sur les outils plutôt que sur les pratiques
- Négliger un modèle de gouvernance pour les communautés
- Oublier le lien avec les business et ses objectifs
- Ignorer la culture de management de l'entreprise

Pistes de réflexion pour l'avenir

- Impact des RSE sur le modèle « classique » des communautés
- RSE interne avec accès par des tierces parties: sécurité vs ouverture
- L'impact de la « gamification » dans l'animation des communautés