

Baromètre des stratégies RH et des réseaux sociaux

Du bon usage des réseaux sociaux en entreprise

Synthèse intermédiaire



METHODOLOGIE

PHASE QUALITATIVE

- Réalisée auprès d'un échantillon de 27 Directeurs Généraux RH, Vice-Présidents RH, Directeurs des Ressources Humaines, Responsables Ressources Humaines, du 23 juillet au 12 septembre 2009.

Liste non exhaustive : AREVA, CEGID, BOUYGUES TELECOM, SFR, AXA France, ACERGY, IBM, E TF1- TF1, CDISCOUNT.COM, LOGICA France, SEPHORA, GROUPAMA, PSA, CLUB MED, BIC WORLD, AEGIS MEDIA France, M6, INTEL, YOPLAIT, Groupe VOLKSWAGEN France, AMADEUS, PROCTER & GAMBLE, MYRIAD

PHASE QUANTITATIVE

- Réalisée auprès d'un échantillon de 261 collaborateurs du 11 août au 14 septembre 2009, par Internet.

DEFINITION ET UNIVERS DE PERCEPTION

LES DRH : UNE PERCEPTION DAVANTAGE IMAGEE ET SYMBOLIQUE DES RSN

ANIMALE : de la pieuvre à l'araignée

« Un filet duquel on peut se faire pêcher ou au contraire s'échapper d'entre les mailles, ces réseaux nous amènent à être soit à l'aise comme des poissons dans l'eau, soit le contraire. »

« Un système tentaculaire insatiable, les gens sont friands et boulimiques des réseaux sociaux numériques. »

« Une toile dans la toile, avec ces minis connections, chacun tisse son réseau selon ses envies et ses besoins, cela offre de multitude de possibilités, d'échanges. »

TRIBALE: du troc numérique à l'identification communautaire

« Un nid de tribus diverses, où les gens se réunissent et s'organisent en échangeant en permanence des informations, une sorte de puit d'échanges où chacun puiserait à sa guise, un troc numérique. »

« Une manière de constituer des appartenances identitaires, un communautarisme numérique avec ses codes, une culture de l'individu qui a besoin de se reconnaître en l'autre. »

SPATIALE: de la jungle numérique au labyrinthe digital

« Un espace clandestin, non formaté où chacun fait ce qu'il veut et dit ce qu'il veut, un nouvel espace de liberté et d'expression, une véritable jungle numérique. »

« C'est à la fois tout et n'importe quoi, mais au final les réseaux peuvent se comparer à un labyrinthe, on peut y trouver son chemin mais la plupart du temps on s'y perd. »

DEFINITION ET UNIVERS DE PERCEPTION

LES COLLABORATEURS: UNE PERCEPTION D'AVANTAGE TECHNIQUE ET PRAGMATIQUE DES RSN

SYSTEME INFORMATISE

« Système informatisé permettant à des personnes se connaissant de prendre contact entre elles, et par ce biais de prendre contact avec les connaissances de leurs connaissances. Plus largement, opportunités de carrières et de progression sociale. »

PLATE-FORME / STRUCTURE SOCIALE DYNAMISEE

« Une plate-forme permettant de se connecter à des connaissances personnelles et/ou professionnelles, d'en faire de nouvelles (par recherche ou cooptation) et d'échanger des informations (données, images, vidéos, etc.) et des mises à jour. Un réseau social offre aussi des moyens d'entretenir et de dynamiser son réseau (groupes de discussion, concours, etc.) »

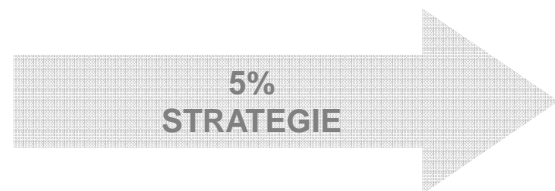
MICRO SOCIETE ORGANISEE

« Un réseau social représente une micro société qui peut se modéliser par des sommets et des arêtes. Les sommets désignent généralement des gens et/ou des organisations et sont reliées entre elles par des interactions sociales. »

CARNET D'ADRESSE NUMERIQUE

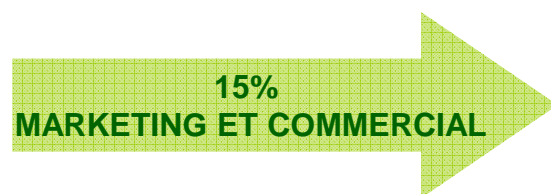
« Un carnet d'adresses interactif, la concrétisation sous forme de liens informatiques de son réseau de relations personnels ou professionnels de la vraie vie. »

QUELS ROLES ONT LES RSN DANS LA STRATEGIE D'ENTREPRISE ?



IMPACTS SUR
L'ORGANISATION DE
L'ENTREPRISE

« Les réseaux sociaux numériques sont des leviers de stratégie, s'ils sont bien intégrés dans nos systèmes, ils définiront les structures de notre organisation. »



PLATES-FORMES
DE LANCEMENT DE
NOUVEAUX PRODUITS/
OUTILS CRM

« Ils sont davantage des outils Marketing & Commercial, ils peuvent illustrer ou servir de supports pour des nouveaux produits ou pour renouveler la relation clientèle. »

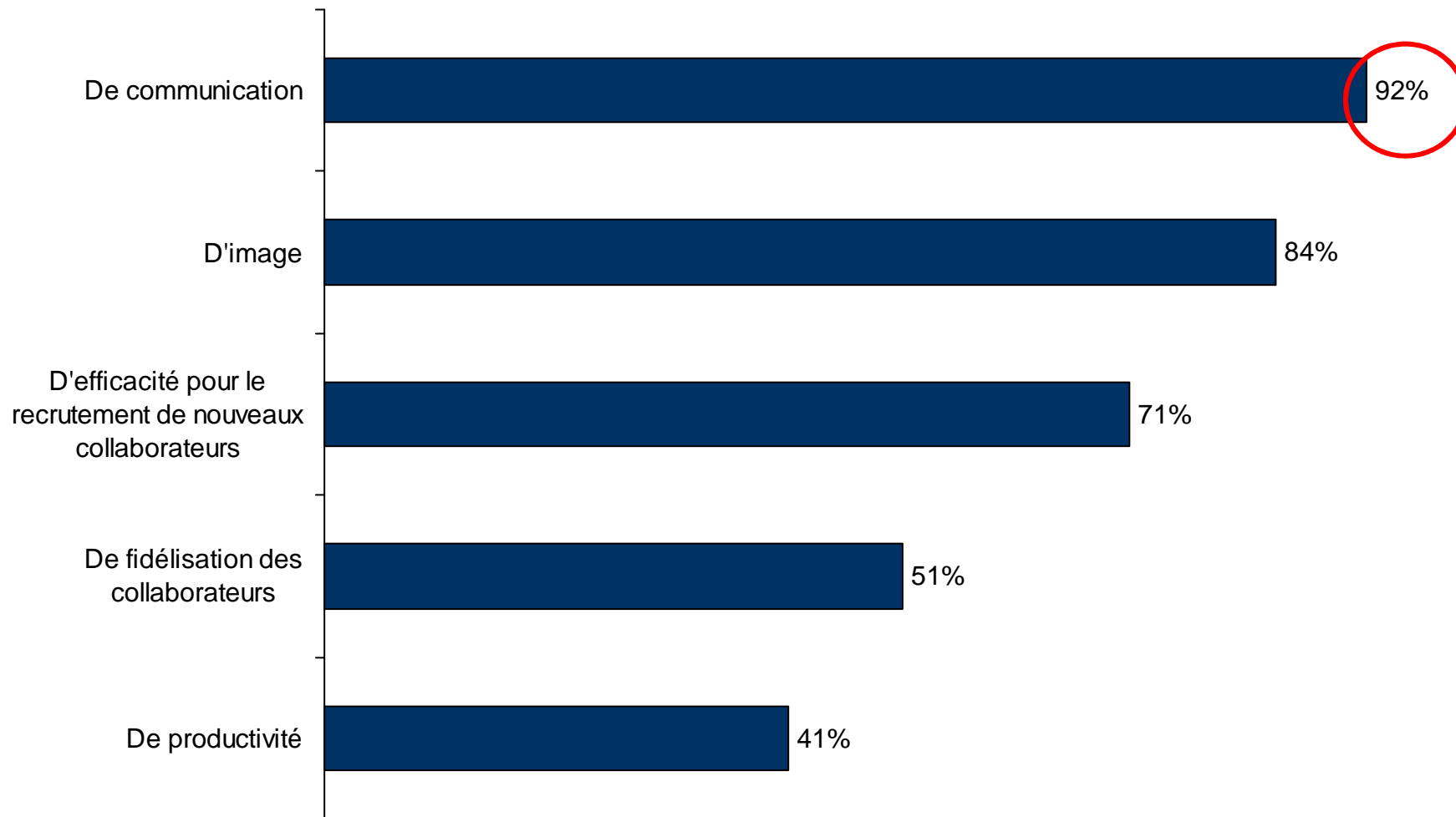


VECTEURS D'IMAGE ET
DE COMMUNICATION

« Les réseaux sociaux numériques sont liés à l'image et la communication, ce sont des vecteurs, ils peuvent être utilisés comme une vitrine de l'entreprise. »

LE ROLE DES RESEAUX SOCIAUX DANS L'ENTREPRISE

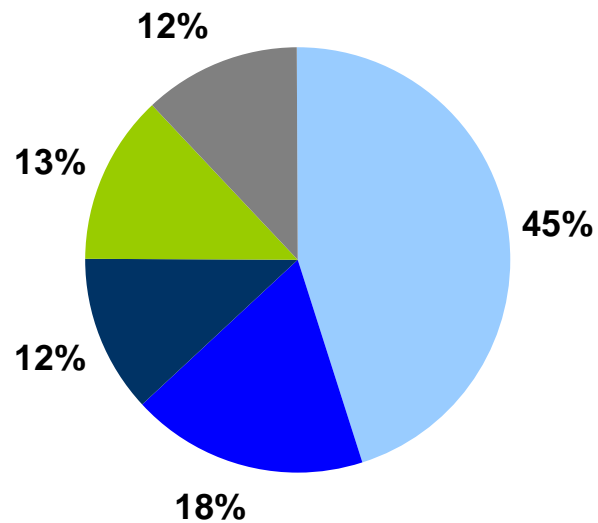
Et pour vous, les réseaux sociaux constituent-ils des outils ?



Auprès des collaborateurs

LES RESEAUX SOCIAUX DANS L'ENTREPRISE

- PAS DE REFLEXION
- REFLEXION (quelques réunions)
- STRATEGIE EBAUCHEE (définition d'un plan d'action)
- MISE EN ŒUVRE
- PROGRAMME MATURE



LE DEGRE DE MATURITE DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES EXTERNES DANS L'ENTREPRISE

ACTUELLEMENT LES DRH N'ONT PAS ENCORE VRAIMENT MIS EN ŒUVRE DE STRATEGIE SOCIAL NETWORK. DES PARTENARIATS SONT ENVISAGES AVEC DES RSN PROFESSIONNELS POUR LE RECRUTEMENT.

≈ 1/3

PAS DE REFLEXION

« Nous n'avons pas de réflexion sur ce type de système, les réseaux sociaux numériques externes sont encore considérés comme des sujets très secondaires. Même si je peux trouver l'idée intéressante je ne me vois pas avec le contexte actuel convaincre à la Direction Générale d'une telle proposition. »

≈ 1/2

REFLEXION ENGAGEE

RECRUTEMENT DIVERSITE

« Nous y réfléchissons, quelques réunions ont eu lieu, nous avons quelques pistes de partenariat notamment pour répondre aux problématiques de la diversité. Nous allons faire un essai avec le recrutement d'handicapés, si c'est concluant nous poursuivrons avec les minorités visibles. »

≈ 1/5

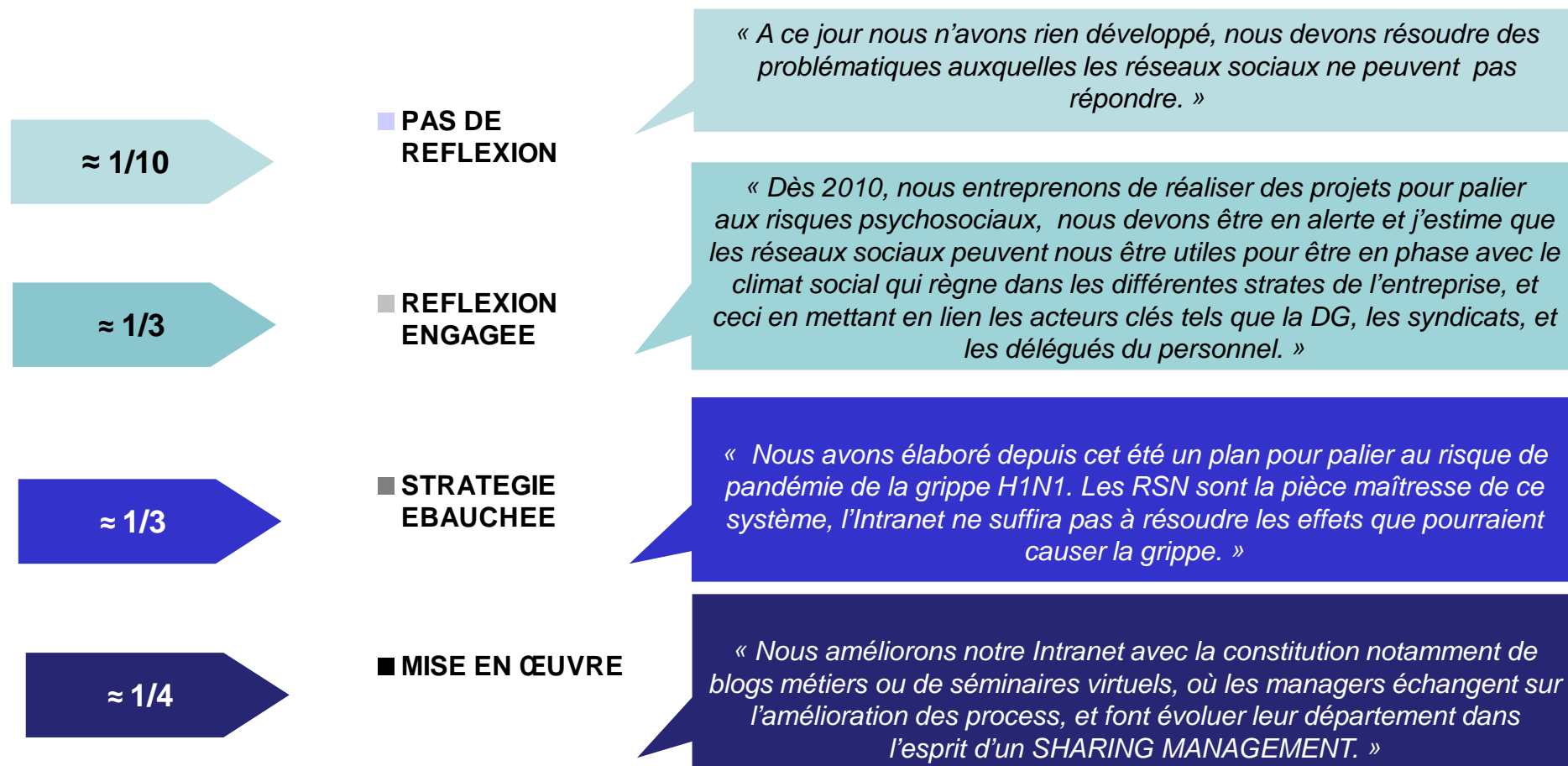
STRATEGIE EBAUCHEE

RECRUTEMENT INTERNATIONAL

« D'ici la fin de l'année nous allons mettre en œuvre certains projets liés au recrutement. Avec un réseau social numérique professionnel et un cabinet de recrutement, nous allons essayer de recruter des profils métiers à l'échelle internationale. Nous espérons trouver les perles rares. »

LE DEGRE DE MATURITE DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES INTERNES DANS L'ENTREPRISE

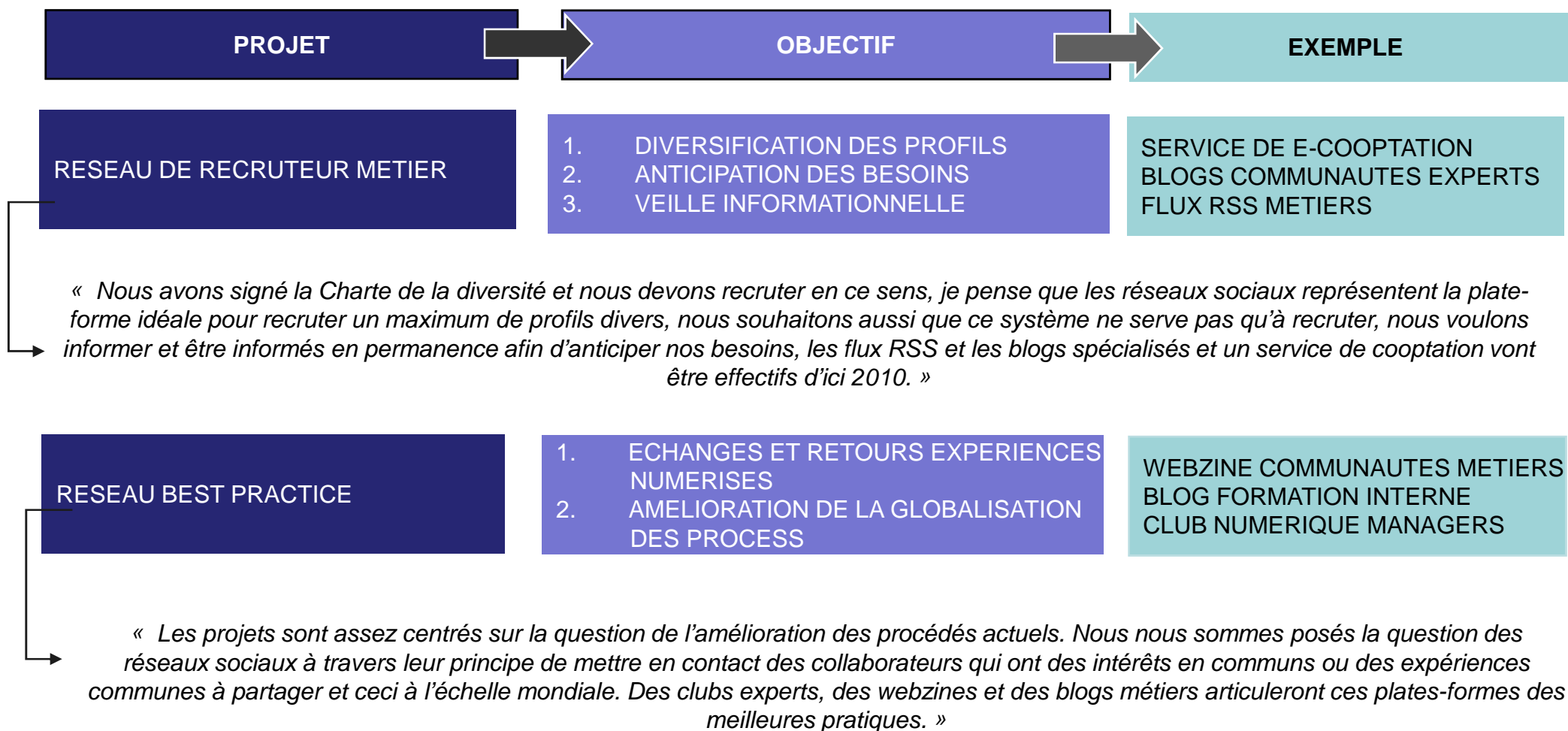
LES DRH SEMBLent PLUS ENCLINS A DEVELOPPER DES PROJETS SUR LES RESEAUX SOCIAUX EN INTERNE.



A NOTER QUE PLUS DE LA MOITIE DES DRH ESTIMENT QUE LES RSN INTERNES SERONT UNE PRIORITE STRATEGIQUE A HORIZON 2012.

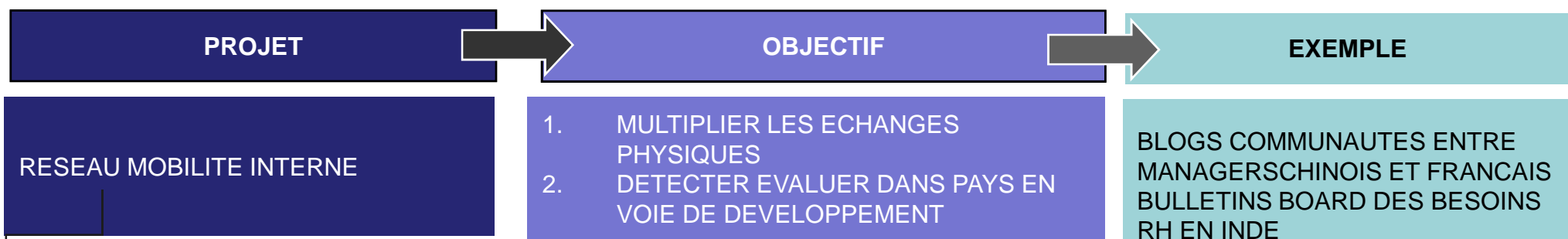
PANORAMA DES STRATEGIES SOCIAL NETWORK

REFLEXION ENGAGEE : DU CONCEPT AUX OUTILS ENVISAGES



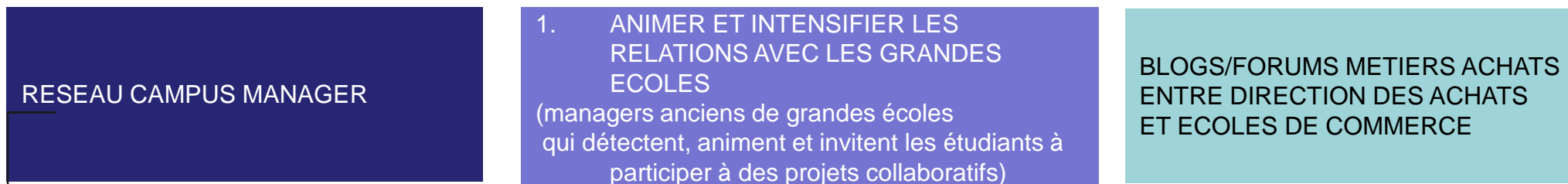
PANORAMA DES STRATEGIES SOCIAL NETWORK

STRATEGIE EBAUCHEE : DES PILOTES AUX PREMIERS RESULTATS



« Nous avons élaboré un pilote dédiés à la mobilité internationale, des blogs et des bulletins board sont actionnés entre les managers français et chinois, ils échangent d'abord sur des tchats apprennent à se connaître et vont à la rencontre des uns et des autres, c'est assez prometteur. »

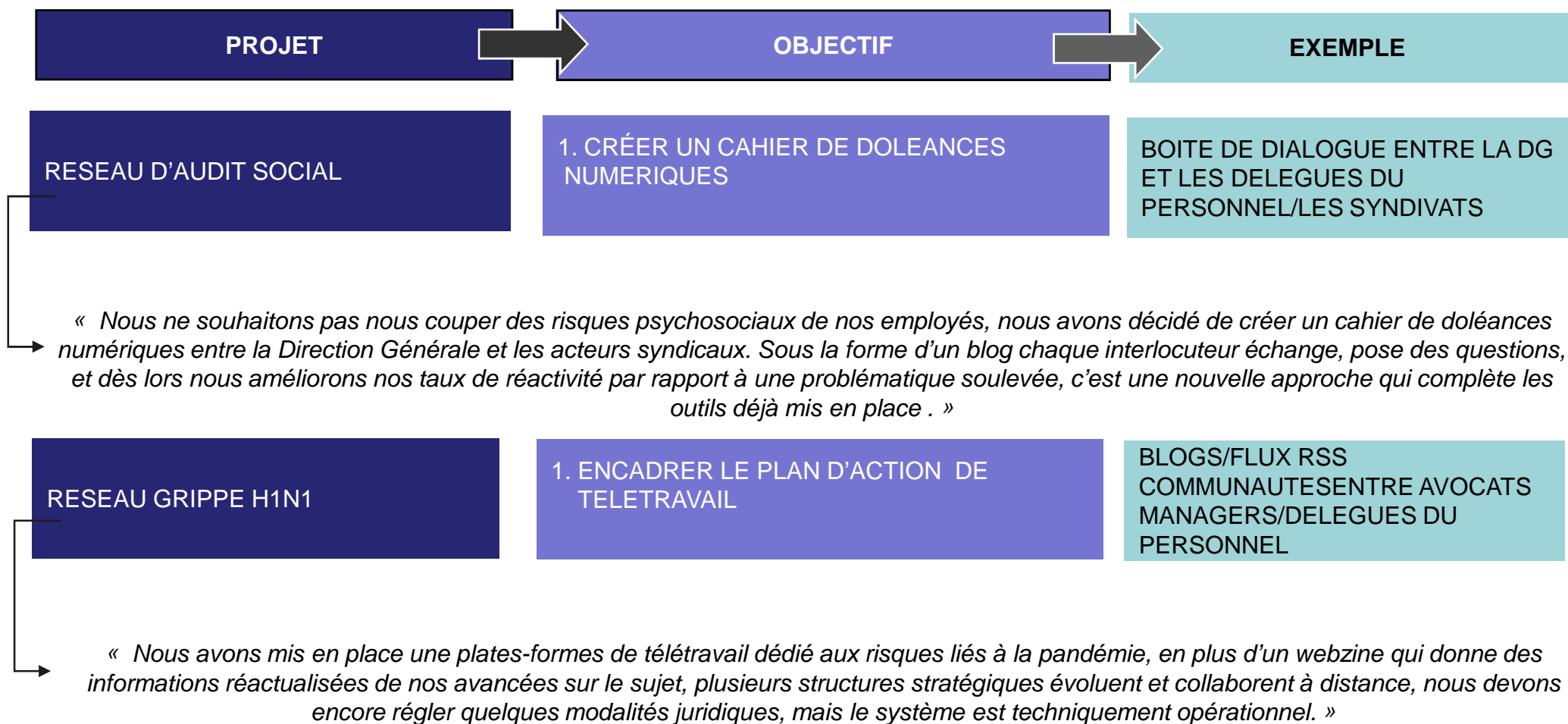
« Nous voulons développer une politique des ressources humaines en Inde, détecter et évaluer les ingénieurs de demain, pour cela nous mettons en contact les acteurs concernés via des plates-formes de communication. »



« Nous développons les relations avec les Grandes écoles, les futurs diplômés sont avides des technologies 2.0, ils font partie de la Digital Generation, nous devons nous adapter aux talents de demain et pour se faire, les managers issus de ces établissements animent et coordonnent les échanges à travers des blogs, des études de cas en ligne par exemple. »

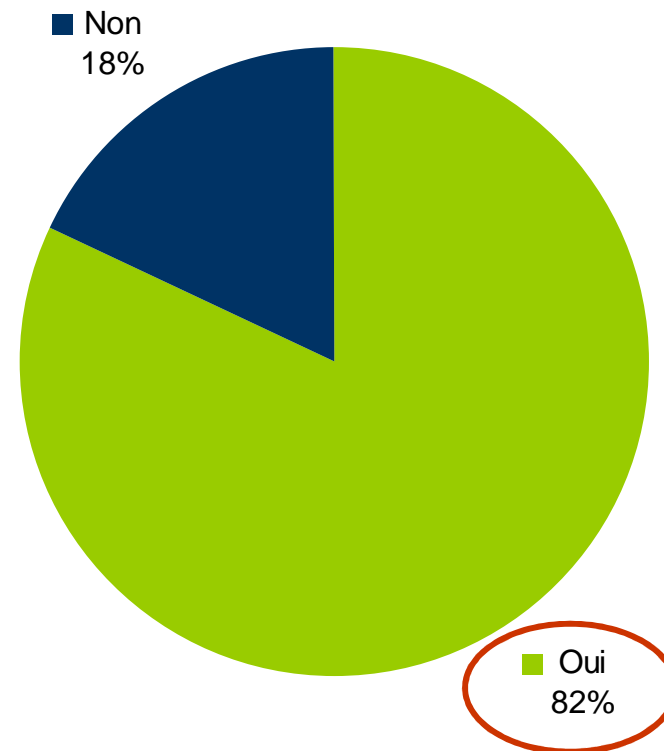
PANORAMA DES STRATEGIES SOCIAL NETWORK

MISE EN ŒUVRE : DES PREMIERS RESULTATS A LA MATURITE



LE RESEAUX SOCIAUX ET LA RECHERCHE D'EMPLOI

Estimez-vous que les réseaux sociaux soient un moyen efficace de trouver un emploi ?



EVOLUTION DES CANAUX DE RECRUTEMENT ET DES MODES DE RECHERCHE D'EMPLOI

AUPRES DES DRH

AUPRES DES COLLABORATEURS

	MODE DE RECRUTEMENT EN 2009	MODE DE RECRUTEMENT EN 2011
1 ANNONCES PAPIER/ E-ANNONCES JOB BOARD/	36%	27%
2 COOPTATION ET RESEAUX DIRECTS	30%	29%
3 GRANDES ECOLES	27%	29%
4 CABINETS DE RECRUTEMENT	5%	5%
5 RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES	2%	10%

	MODE D'OBTENTION DU POSTE ACTUEL	MODE DE RECHERCHE D'EMPLOI EN 2011
1 COOPTATION ET RESEAUX DIRECTS	40%	32%
2 ANNONCES PAPIER/ E-ANNONCES JOB BOARD/	26%	21%
3 CABINETS DE RECRUTEMENT	25%	18%
4 RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES	5%	20%
5 GRANDES ECOLES	4%	9%

LES FREINS A L'UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES

POUR DES DRH

60% CONFIDENTIALITE ET SECURITE

« Les réseaux sociaux intensifient la divulgation d'informations stratégiques. »
« La réputation, les rumeurs colportées sont des risques qui se sont multipliés avec les réseaux sociaux numériques. »

30% CULTURE ET USAGE DES TECHNOLOGIES

« Il y a surtout un problème d'intégration des nouvelles technologies, la culture 2.0 n'est pas encore tout à fait en place. »

5% BAISSÉ DE LA PRODUCTIVITÉ

« C'est une crainte, mais en même temps je ne pense pas que la baisse de la productivité soit intimement liée à l'utilisation des réseaux sociaux numériques, c'est un facteur parmi d'autres. »

5% AUGMENTATION DU TURN OVER

« Ce n'est pas le frein majeur, de plus ce ne sont pas les réseaux sociaux qui sont à l'origine du turnover, il y a peut-être une incidence, mais qui est relativement faible. »

POUR LES COLLABORATEURS

19% BAISSÉ DE LA PRODUCTIVITÉ

« La peur chez les dirigeants d'une perte de temps et d'efficacité, une perte de contrôle (les réseaux échappent aux liens hiérarchique). »

15% CONFIDENTIALITE ET SECURITE

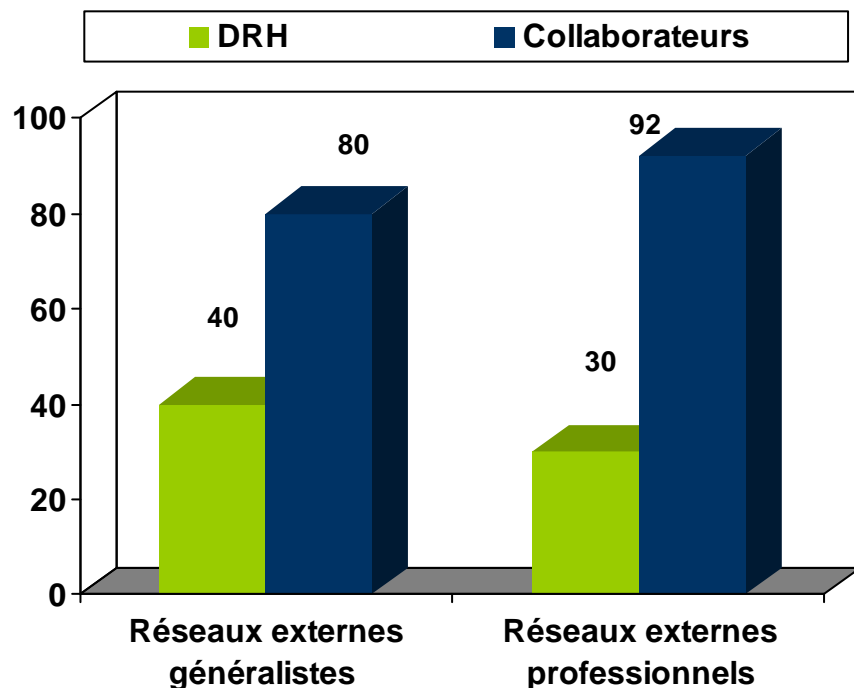
« L'immixtion dans la sphère personnelle... D'où le débat actuel sur les intrusions des professionnels sur les réseaux tel que Facebook. »

5% CULTURE ET USAGE DES TECHNOLOGIES

« Au sein de l'entreprise, il y a un manque de clarté des informations, les utilisateurs novices sont mal voire non formés sur ces outils. »
« Les traces laissées et le manque de maîtrise de ce que l'on écrit. »

PRESENCE DES DRH ET DES COLLABORATEURS SUR LES RSN EXTERNES

DES USAGES INTENSIFS POUR LES COLLABORATEURS, DES DRH PLUS MODERES



LES DRH : LES RESEAUX SOCIAUX, UN OUTIL D'AVANTAGE CONSIDERE COMME UNE ACTIVITE PERSONNELLE

« J'associe les réseaux sociaux à la sphère personnelle. Il y a un côté gadget dans ces systèmes qui se présentent comme des services numériques mais au final tous ces profils donnent beaucoup d'informations privées. Les frontières ne sont pas claires. »

LES COLLABORATEURS: LES RSN UN OUTIL SOCIAL QUI LIE LES SPHERES PROFESSIONNELLES ET PERSONNELLES

« C'est un système qui sert tant sur l'aspect personnel que sur l'aspect professionnel, ne pas y être c'est comme être coupé d'une certaine réalité sociale. Je pense que les entreprises auraient intérêt à développer leurs réseaux numériques en prenant pour modèle les réseaux externes. »

92%

DES COLLABORATEURS SONT PRESENTS SUR LES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES EXTERNES

dont 85 % depuis plus d'un an et 25% qui les utilisent au moins une fois par jour.

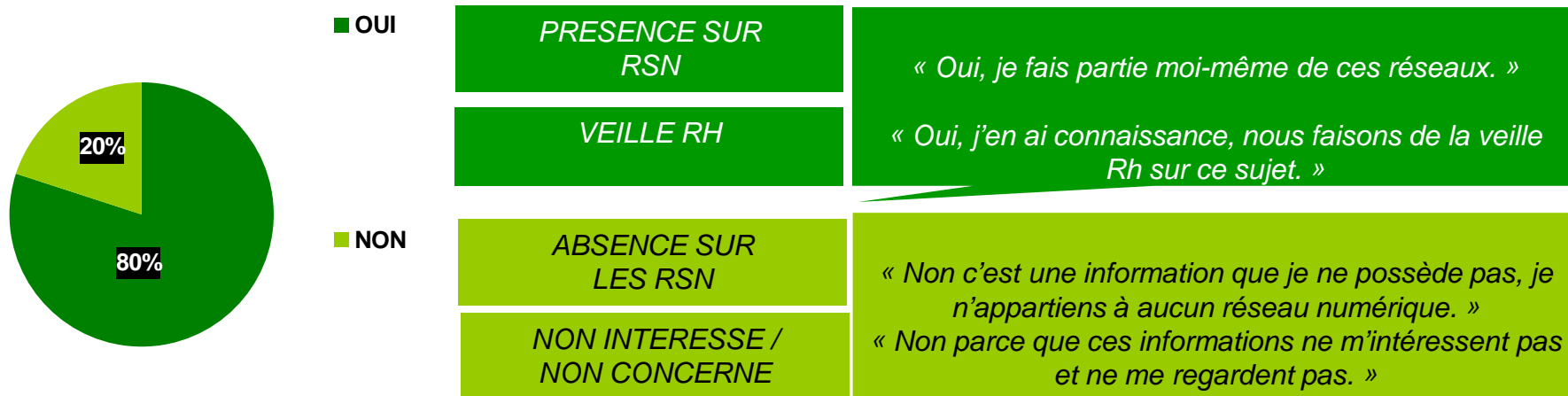
2/3

DES COLLABORATEURS SONT PRESENTS SUR RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES INTERNES

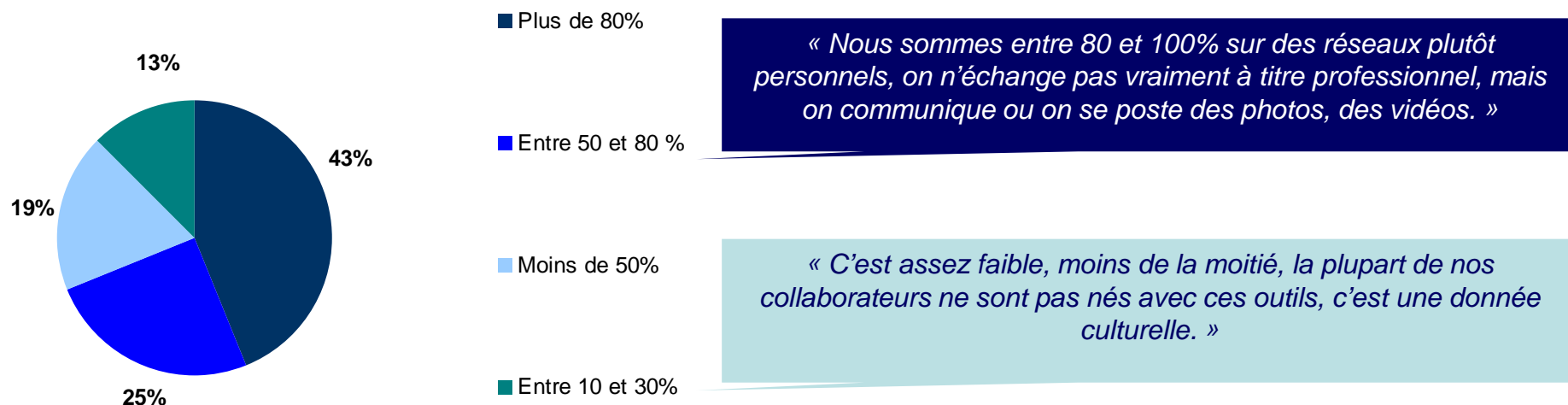
dont 57% depuis plus d'un an

DES DRH PLUTOT AVERTIS SUR LA PRESENCE DES COLLABORATEURS SUR LES RSN

CONNAISSEZ-VOUS LE POURCENTAGE DE VOS COLLABORATEURS PRESENTS SUR DES RSN EXTERNES ?



SI OUI, QUEL EST LE TAUX DE PRESENCE DE VOS COLLABORATEURS SUR LES RSN EXTERNES ?



LES COLLABORATEURS TEMOIGNENT DES USAGES CONTREVERSES DES RSN EXTERNES EN ENTREPRISE

DE LA DEGRADATION DE L'IMAGE A LA DIVULGATION D'INFORMATIONS STRATEGIQUES.

SUR LES RESEAUX EXTERNES
GENERALISTES

DES INCIDENCES QUI METTENT DAVANTAGE EN CAUSE
L'ENTREPRISE ET LE COLLABORATEUR

COLLABORATEUR EN
ARRET MALADIE QUI PUBLIE
DES PHOTOS QUI DEMONTRENT
QU'IL ETAIT APTE A
TRAVAILLER

COLLABORATEUR
PUBLIANT DES CRITIQUES
DE SON SERVICE
SUR UN TCHAT

COLLABORATEUR QUI DIVULGUE
DES ELEMENTS D'UN PROJET
HAUTEMENT CONFIDENTIEL

SUR LES RESEAUX EXTERNES
PROFESSIONNELS

DES INCIDENCES QUI METTENT DAVANTAGE EN CAUSE
LE COLLABORATEUR

COLLABORATEUR
QUI POSTULE A UNE OFFRE
D'UN CONCURRENT ALORS
QU'IL EST ENCORE EN POSTE

COLLABORATEUR
QUI AFFICHE DANS SON
PROFIL QU'IL EST DISPONIBLE ALORS
QU'IL EST ENCORE EN POSTE

PAROLE D'UN DRH

« Les risques que nous font courir nos propres collaborateurs sont faciles à identifier, mais difficiles à encadrer, les réseaux externes peuvent nous permettre d'être informés des écarts de conduite, mais nous avons peu de recours tant les frontières privée et professionnelle demeurent ténues dans l'espace numérique. »

L'EXISTENCE D'UNE CHARTE ?

COTE DRH

1/5 DES DRH ONT DEJA ETABLI UNE CHARTE D'UTILISATION DES RSN DANS LEUR ENTREPRISE

DES MESURES ALLANT DU RENFORCEMENT DE LA CLAUSE DE CONFIDENTIALITE A L'INTERDICTION TOTALE D'ACCES AUX RSN EXTERNES

1. RENFORCEMENT DE LA CLAUSE DE CONFIDENTIALITE CONTRACTUELLE
2. NOTE D'INFORMATION SUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES
3. UTILISATION RESTREINTE DANS LE TEMPS DE TRAVAIL
4. INTERDICTION D'ACCES

ENVIRON LA MOITIE DE CEUX QUI N'ONT RIEN FAIT ESTIMENT QU'IL FAUT EN ETABLIR UNE

COTE COLLABORATEURS

POUR 86% DES COLLABORATEURS, IL N'EXISTE PAS UNE CHARTE D'UTILISATION DES RSN DANS LEUR ENTREPRISE

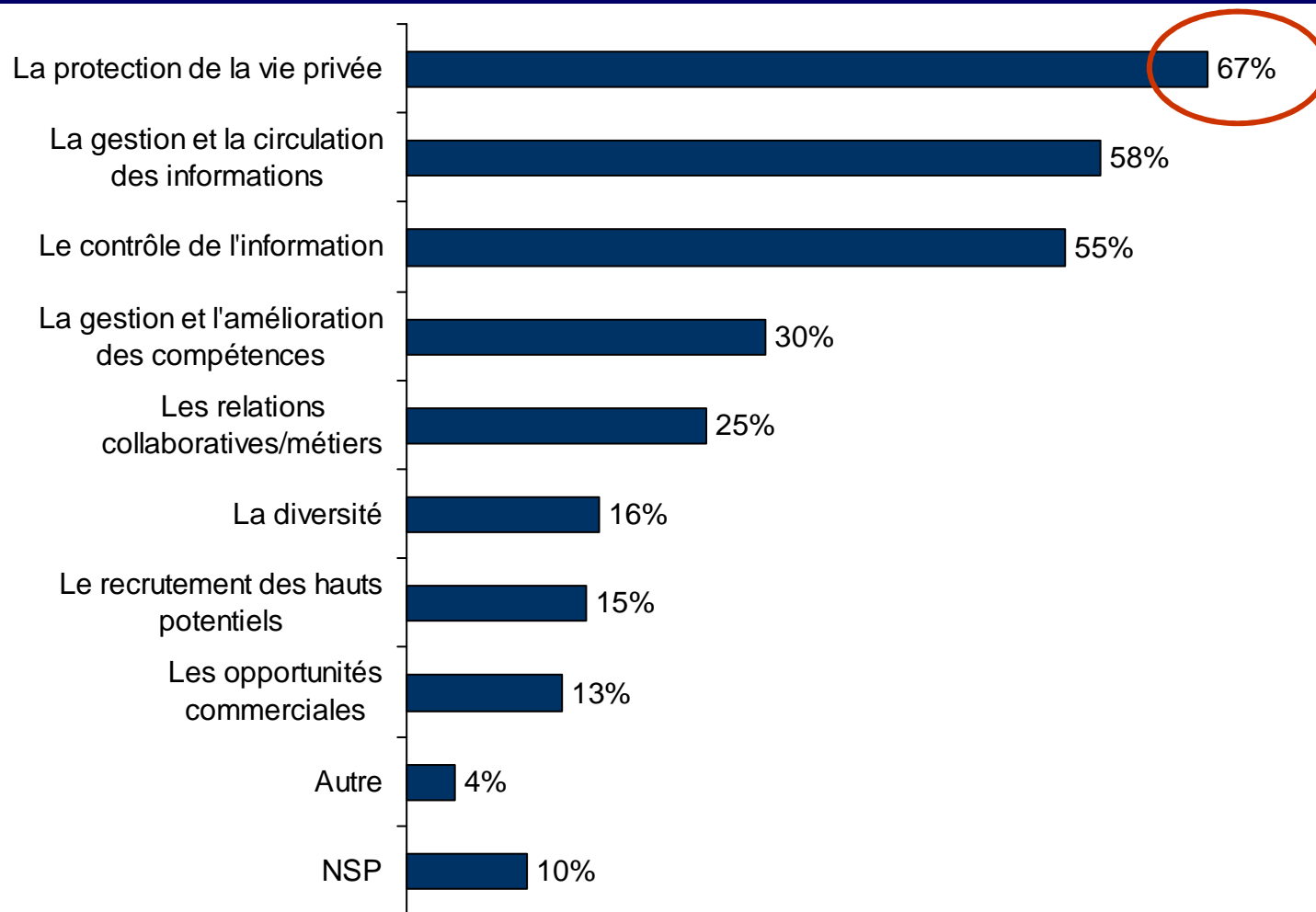
« Il n'y a rien qui est mis en place, évidemment c'est mal vu de les utiliser trop souvent au bureau, un usage modéré devrait être tout de même toléré. »

« Entre collaborateurs on peut converser via les réseaux externes, c'est plus convivial, on utilise peu l'Intranet pour se dire des choses à titre personnel, c'est un mode parallèle de communication; pour le côté strictement professionnel c'est l'Intranet, et les informations personnelles ce sont les réseaux externes. »

LES COLLABORATEURS FAVORABLES A UN CODE DE BONNE CONDUITE

PRINCIPAUX CHANTIERS A METTRE EN ŒUVRE POUR AMELIORER L'USAGE DES RESEAUX SOCIAUX

Quels sont les principaux chantiers à mettre en œuvre pour améliorer l'usage des réseaux sociaux en entreprise ?



« **Autres** » : Gestion du temps (2); Gestion des prises de paroles (2); Assurer la mise à jour des données (1); Communication interne (1); Qualité de l'information (1); Droit à l'oubli numérique (1); Code de déontologie numérique (1); Aucun (1)

Auprès des collaborateurs

LES CONSEILS DES COLLABORATEURS

TRIBUNE OUVERTE AUX COLLABORATEURS UTILISATEURS DE RSN EXTERNES

1. FORMER ET FAMILIARISER LES COLLABORATEURS ET LEURS MANAGERS AUX RSN

« Se familiariser ensemble entre collègues et avec les directions des services Internet, afin d'apprendre ensemble des bons usages en prenant en compte les convergences et les divergences de chacun. »

« Travailler avec la DG sur une formation interne sur les savoirs communs à mettre en place . »

2. IMPLIQUER LES COLLABORATEURS DANS DES MISSIONS INTERNES DEDIEES AUX RSN

« Identifier les thématiques, permettre aux réseaux de s'autogérer, donner les moyens (outils de réunion, d'échanges, de discussion,...), donner des objectifs individuels liés aux réseaux, communiquer et valoriser les activités liées aux réseaux. »

3. RECRUTER UN ANIMATEUR DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES

« L'entreprise devrait se doter d'une personne qui puisse gérer la formation et l'animation des réseaux en interne, une sorte de DSI-RH expert des questions Internet qui mettrait en contact les différents acteurs de l'entreprise. »

4. GARANTIR LA CONFIDENTIALITE DE LA VIE PRIVEE

« Garantir le respect de l'utilisation. Supprimer les sauvegardes au delà d'un délai défini. Ne pas en faire un outil qui peut devenir une menace en cas de conflit. Définir une réelle charte allant au delà des prescriptions de la CNIL. »