

JDN

Chronique de Xavier Gendron : PDG Fondateur, BeWe

Beaucoup a déjà été dit sur le calcul du ROI d'un réseau social d'entreprise. Les méthodologies se sont peu à peu affinées pour quantifier les gains qualitatifs apportés par cette nouvelle façon de collaborer. Mais à l'opposé, ne pas opter pour le social, c'est aussi prendre un risque qu'il convient de prendre en compte.

Réseau Social d'entreprise, au-delà du ROI, quel risque à ne pas faire ?

Si vous êtes un industriel européen de l'électroménager, confronté à une concurrence extrêmement agressive venue d'Asie, mettre en place une plate-forme participative pour recueillir l'avis de ses clients peut paraître un luxe. Un rapide calcul de rentabilité montre qu'à court et moyen terme, cet investissement ne fera que coûter de l'argent à l'entreprise et le ROI sera long à percevoir. Et pourtant, si la mise en place d'une telle plate-forme a pour but d'accompagner une montée en gamme de l'industriel et de le soustraire à la guerre des prix qui règne sur le bas de gamme, l'évaluation du « risque à ne pas faire » peut l'emporter sur le calcul du ROI.

Si les Vépécistes du Nord de la France avait intégré cette notion de risque à ne pas faire vis-à-vis du numérique, ils ne connaîtraient probablement pas les difficultés auxquelles ils sont confrontés aujourd'hui. Ils auraient pu constater l'émergence des nouvelles pratiques de la vente en ligne bien plus tôt, et si La Redoute ou les Trois Suisses n'auraient sans doute pas réussi à contrer Amazon, ils auraient été mieux armés face à cette nouvelle concurrence. Avec des bases de clients très qualifiées, des acheteurs fidèles, des historiques de paniers d'achat sur des dizaines d'années, ils avaient tout pour réussir. Et pourtant, trop frileux et forts de leur position dominante, ils n'ont pas intégré ce risque à ne pas faire et sont allés dans le numérique avec peu de moyens, par petites touches. Résultat, en très peu de temps, ils se sont fait littéralement déborder par le Web.

L'impact du risque à ne pas faire varie selon l'activité de l'entreprise

Ce risque à ne pas faire est certainement le plus évident dans ce domaine de l'innovation participative, mais il est loin de se limiter à ce seul aspect. Dans notre livre blanc « Mesurer la valeur et le ROI d'un projet de Réseau Social d'Entreprise », nous mettons en avant 4 usages où ce manque de pratiques collaboratives est particulièrement nocif. Ainsi au niveau commercial, l'absence d'un RSE et de pratiques collaboratives va pousser les nouveaux embauchés à perpétuer un comportement solitaire qui s'avère de moins en moins adapté à la mondialisation des marchés et la réactivité dont les entreprises doivent aujourd'hui faire preuve.

Le « risque à ne pas faire » est ici de retarder l'émergence d'une nouvelle culture de partage et de collaboration alors que l'entreprise embauche régulièrement de nouveaux commerciaux peu ou pas expérimentés, mais ouverts aux pratiques collaboratives. La gestion des projets internes peut elle aussi être pénalisée par l'absence d'outils sociaux. Outre le manque de visibilité sur les projets en cours, sur le portefeuille de projets de l'entreprise, l'entreprise se prive d'efficacité. Elle ne peut identifier les compétences internes qui pourraient être mises à profit en dehors de l'organisation hiérarchique classique. Elle se prive d'utiliser des ressources dont elle dispose déjà en interne, ce qui engendre frustration et démotivation des équipes et au final, une productivité moindre de ses membres.

Quelle image donnez-vous de votre entreprise à vos clients ?

Autre aspect de ce risque à ne pas faire, celui du déficit d'image. L'entreprise qui, dès le stade avant vente ouvre un espace collaboratif dédié à son prospect, partage avec lui des documents préparatoires à son projet, des documents techniques complémentaires, puis sa proposition, marquera des points face à une entreprise ne fonctionnant que par échanges d'e-mails. De la même manière, ce déficit d'image à ne pas mettre en place de RSE peut tout à fait affecter un comité de direction vis-à-vis de ses propres salariés. Que pensent les jeunes embauchés, qui ont pratiquement totalement délaissé les e-mails dans leur vie personnelle, quand ils se trouvent plongés dans un environnement professionnel totalement dépourvu d'outils sociaux ?

Le risque de ne pas retenir les jeunes talents n'est pas à négliger non plus. Si vous trouvez que le ROI d'un RSE n'est pas assez tangible, vous risquez de passer à côté des formidables possibilités qu'offre le travail collaboratif. C'est un risque à prendre... ou pas !