

L'initiative est gratuite

Un petit guide pour innover à l'heure du numérique et intégrer sournoisement le web à son entreprise.

PAR BENOIT TREMBLAY

i5



i5 Conseil



i5co.com | benoit@i5co.com

Tous droits réservés


© i5 Conseil 2011

Vous êtes libre et encouragé à partager ou redistribuer ce livre, sauf à des fins commerciales.

Table des matières



01. Le web, une perte de temps?	04
02. La révolution numérique	06
03. Prendre les devants	08
04. L'initiative est gratuite	09
05. Il y a une application pour ça	11
06. Le comité	14
07. Niveau d'accessibilité d'une idée	16
08. Maturité émotionnelle	17
09. Régler les problèmes actuels	18
10. Vendre son idée : le pourquoi d'abord	20
11. L'importance de démarrer	21
12. Accepter l'imperfection	22
13. Privilégier la simplicité	24
14. Une stratégie iPod	25



01. Le web, une perte de temps?

Le web est une perte de temps, autant qu'on en fait une perte de temps.

Au même titre que le temps investi dans une mauvaise publicité est une perte de temps.

Chercher le mauvais profil de candidat au mauvais endroit est une perte de temps.

Lire ses courriels à l'instant et au même rythme où ils arrivent est une perte de temps.

Les trois réunions de cette semaine dans lesquelles seulement 20% des participants auraient été requis sont une perte de temps.

La réconciliation des 12 révisions différentes de la feuille Excel du budget de la prochaine année sur laquelle trois personnes différentes ont travaillé est une perte de temps.

Le client trop exigeant et qui ne paie pas assez est une perte de temps.

Appeler des clients potentiels et les courtiser est probablement une perte de temps dans la plupart des cas.

Et si le web permettait d'alléger ces processus? Et si la perte de temps

devenait un gain, puisqu'utilisé intelligemment? Et si on voyait le web comme un environnement numérique plutôt que son simple site Internet d'entreprise?

Le web n'est pas un site, c'est une plateforme sur laquelle on appuie ses affaires, son entreprise, ses processus, ses employés, son recrutement, sa relation client et voir même ses ventes.



02. La révolution numérique

Oublions les médias sociaux. Oublions le site web de l'entreprise. Et voilà, la majeure partie de la vision traditionnelle d'Internet vient de s'envoler. Alors, que reste-t-il? Il reste l'économie et la récupération de temps, l'agilité, la performance, l'efficacité.

Il y a plus d'une centaine d'années, la révolution industrielle émergeait : l'économie passait ainsi d'une économie agricole à une économie industrielle, menant par le fait même à l'exode vers les villes. La révolution industrielle n'a pas émergé par hasard, elle était le fruit de l'humain de vouloir se libérer de la corvée quotidienne d'être dans les champs pour subsister aux besoins les plus élémentaires. L'automatisation nécessitant des machines et de l'équipement plus perfectionné, les industries sont nées.

La libération des travailleurs du champ a créé de nouveaux emplois, de nouveaux besoins et une toute nouvelle réalité pour la majeure partie d'entre eux. Une révolution bref.

À cette époque pourtant, juste avant la révolution industrielle, il aurait probablement été difficile de dire à un travailleur que 40 % de son travail était une perte de temps, qu'il pourrait être effectué plus efficacement, voire complètement automatisé : la vision d'un monde industriel était hors de sa portée. Peut-être même qu'un argument autour du temps important que nécessite l'entretien d'une machine aurait fait surface, par

simple défense ou peur de voir son travail perdre de l'importance.

Voilà où nous en sommes, à notre façon, à une sorte de révolution numérique : la façon traditionnelle de faire les choses représente souvent une perte de temps importante, mais à laquelle on accorde une importance démesurée par simple habitude, par conditionnement, par peur de voir ses responsabilités diminuées. Une distorsion de la réalité.

Internet est une perte de temps, autant qu'on en fait une perte de temps.



03. Prendre les devants

La chance de notre époque, c'est notre capacité d'analyse. En effet, nous sommes au coeur d'une révolution numérique et avons deux choix :

1. Ignorer les changements et les dénigrer
2. Développer les capacités et l'expertise pour prendre les devants

Oui, vos façons de faire sont en périls. Oui, votre routine quotidienne l'est tout autant. La bonne nouvelle est que c'est pour le mieux : être numériquement efficace pour limiter l'inutile ou la répétition et utiliser le temps restant comme il vous semble bon.

La question fatidique : c'est bien, mais comment démarrer?

Il y a deux volets à cette question : le point de vue personnel et le point de vue corporatif. Une entreprise numérique nécessite une culture d'entreprise numérique, ce qui n'est pas chose faite. Mais comme au coeur d'une culture d'entreprise se retrouve des gens, commençons par l'aspect personnel : comment profiter des possibilités du web, d'Internet et du numérique dans son ensemble à des fins personnelles et dans un cadre professionnel?

En une ligne : résoudre les irritants quotidiens. Allez-y, l'initiative est gratuite.



04. L'initiative est gratuite

Pendant des décennies, l'accès à un canal de communication de masse était un luxe. L'accès à du matériel technologique spécialisé était la propriété des meilleures écoles et des meilleures entreprises. L'accès à la réalisation de projets d'envergure nécessitait de l'argent, de connaître les bonnes personnes, l'accès à des canaux de communication et de distribution puissants, ainsi que du matériel spécialisé. Démarrer un projet au sein de son entreprise, aussi petit soit-il, nécessitait l'approbation de plusieurs niveaux de direction.

Somme toute, un système puissant issu de la révolution industrielle était mis en place afin de freiner la prise d'initiatives : on s'assurait ainsi que tout changement proviendrait du sommet de la hiérarchie, changement qui serait ensuite exécuté par le bas.

Tout ce qui était autrefois un frein à l'initiative, comme l'accès à un canal de communication et de distribution de masse, ainsi que des technologies avancées est maintenant démocratisé. Plus beaucoup de choses n'empêchent une personne avec une bonne idée de l'essayer, à temps perdu. De l'essayer et de prendre la chance que cela fonctionne. De l'essayer et de rassembler les gens autour d'une même idée. De l'essayer et d'être le leader d'un projet, d'une idée et d'un groupe de gens. De l'essayer et de réussir.

Est-il logique qu'on puisse avoir accès à ce niveau d'initiative seulement

en dehors du travail? Seulement en dehors du système scolaire?
Probablement pas.

Alors la question est : comment l'entreprise moderne peut-elle profiter de la gratuité de l'initiative à titre de tremplin pour l'innovation, la libre circulation des idées, la rétention et le recrutement de personnel, la motivation, la collaboration et l'émergence de nouveaux leaders?

La réponse est de débiter, maintenant, petit à petit.



05. Il y a une application pour ça

Personne ne change une culture d'entreprise du jour au lendemain et personne ne vend à son patron l'idée d'une entreprise de plus en plus numérique en ne passant pas à l'action.

Il y a une opportunité pour les chefs d'entreprise d'ouvrir la porte à l'innovation et une opportunité pour les employés de prendre l'initiative d'instaurer une culture numérique basée sur l'efficacité et la génération de résultats.

Le tout débute par résoudre les irritants quotidiens et heureusement, il y a probablement une application pour ça.

Non il n'existe pas de technologie pour vous présenter de façon fictive à une réunion, mais il existe des technologies pour enregistrer une réunion à laquelle vous ne sentez pas le besoin d'assister (mais à laquelle vos collègues croient le contraire) et il existe très certainement des technologies pour assister de façon plus passive à des réunions (vidéoconférence).

Difficile de se souvenir de la conversation avec un client il y a quelques mois? Ce même client a parlé avec un employé qui malheureusement a quitté l'entreprise et qui avait par le fait même soi-disant promis des miracles? Peut-être qu'un système de gestion de la relation client (CRM) serait approprié. Pourquoi ne pas débiter avec une version gratuite et

individuelle d'un tel outil pour prouver sa valeur?

Votre équipe doit travailler sur un document commun et il devient plutôt frustrant de faire la réconciliation des modifications de tous? Des technologies permettent l'édition en temps réel de documents (ex. : Google Apps).

Vous êtes l'affreuse victime de réunions interminables sur la meilleure façon de disposer le contenu sur votre futur site Internet? Il existe des technologies pour mesurer statistiquement la meilleure version.

Gérer Facebook, twitter et le blogue d'entreprise à plusieurs est un désastre? Encore une fois, des outils peuvent vous aider.

Ce qui est fondamentalement crucial, c'est d'intégrer le tout au quotidien de tous. L'intégrer pour que l'utilisation de nouvelles technologies ait du sens. Le défi est de partager la bonne nouvelle : faire découvrir à ses collègues les bénéfices de l'intégration de technologies web au sein de l'entreprise et graduellement changer la culture de l'entreprise.

Certains appellent ce processus la gestion du changement et si un processus porte un nom, il y a habituellement deux raisons :

- Il d'agit d'un secteur lucratif pour les consultants
- Il est difficile de passer au travers du processus sans égratignures

Sans trop de surprises, le premier point est la conséquence du deuxième.

Alors voici le fond de l'histoire : le web peut sembler être une perte de temps si on s'entête à ne voir que son site web d'entreprise et/ ou l'espace effrayant des médias sociaux. Par contre, un tout nouveau monde s'offre à nous lorsqu'on explore le web avec un oeil d'environnement numérique plutôt que de site web.

Ceci étant dit, l'important est de commencer, petit à petit. Commencer puisque la fenêtre de temps dans laquelle il sera possible d'être considéré comme un innovateur est limitée. Non seulement la fenêtre de temps est limitée, mais il est important de commencer pour ne pas accuser de retard sur ses compétiteurs qui eux, auront pris les devants.

Un tout nouveau monde s'offre à nous. Un tout nouveau monde d'efficacité et de récupération de temps. Conséquemment, un tout nouveau monde de satisfaction client.

Un petit truc tout simple : prendre les trois plus grands irritants de votre entreprise ou de votre quotidien et trouvez une façon numérique de résoudre ces problèmes. Un nouvel univers insoupçonné s'ouvrira à vous.



06. Le comité

Peut-être que votre entreprise n'est pas prête et est encore à se questionner sur son site web corporatif. Probablement qu'un comité est responsable de ce projet ou de toute autre initiative numérique.

L'important est de voir toute initiative numérique, que ce soit un site Internet ou un Intranet, comme un outil. Comment pourra-t-il servir au développement des affaires, à l'amélioration de la relation client et au recrutement?

Une façon différente de voir les choses verra le jour au sein du comité décideur.

Une note importante à propos « du comité » : le comité sera probablement mal à l'aise, voire même déstabilisé par la majeure partie des propositions ou des questions soulevées par l'utilisation d'Internet à des fins d'affaires. Le comité n'est probablement pas prêt et la personne à la tête de ce dernier n'est peut-être pas en mesure d'apprécier la valeur des recommandations mises de l'avant.

La déstabilisation n'est pas un problème, cela est même souhaité : c'est de cette façon que l'on évalue si on change réellement les choses. Ce qui est un problème, c'est la limitation face à l'appréciation des recommandations mises de l'avant.

L'éducation et la formation sont les plus grandes armes dans un processus de gestion du changement. Ainsi, si un comité quelconque est responsable d'un quelconque projet numérique, ce comité doit être en mesure de prendre des décisions de nature web.

Si ce dernier n'est pas en mesure de le faire ou que la personne à la tête de ce dernier n'est pas qualifiée pour le faire, commandez une formation express sur le champ.

C'est sérieux : le manque de connaissance numérique du principal décideur impactera directement la capacité de l'entreprise à compétitionner sur le web.




07. Niveau d'accessibilité d'une idée

Une idée ne peut être acceptée que si le niveau de connaissance nécessaire à l'appréciation de cette dernière est suffisant.

C'est pour cette raison que la majeure partie des idées novatrices sont habituellement rejetées d'emblée : on ne peut en saisir la subtilité et les nuances, mais surtout, une nouvelle idée qu'on ne peut comprendre totalement implique un changement. Comme changement est synonyme de résistance et met en péril la compétence de plusieurs, c'est un frein certain.

C'est pourquoi la formation et l'éducation sont si importantes. Le niveau de formation doit être proportionnel au niveau d'innovation et d'accessibilité aux nouvelles idées que l'on désire implanter.

Toujours garder ce point en tête lorsqu'on désire amorcer un virage impliquant un changement de culture, comme l'intégration du web aux pratiques d'affaires d'une entreprise par exemple.



08. Maturité émotionnelle

Un projet web est humainement éprouvant : il fait appel à la créativité, à la réactivité et demande à tous de travailler en synergie. Il demande aussi souvent de travailler au sein d'un fameux comité sur lequel bien souvent nous ne sommes pas nécessairement à la tête.

On ne peut se permettre des guerres internes pour une idée non retenue, pour un bouton au mauvais endroit ou pour la disposition inadéquate d'un titre.

Un projet numérique implique aussi de pouvoir tester ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Cela implique donc d'apprendre publiquement que l'idée à laquelle nous tenions mordicus ne fonctionne pas ou n'est pas aussi populaire qu'on aurait espéré.

Tous doivent travailler dans le meilleur intérêt de l'entreprise et cela implique parfois d'admettre qu'on a tort ou tout simplement de choisir ses batailles.

La maturité émotionnelle est le meilleur atout à avoir au sein d'une équipe : c'est signe que tous sont en mesure d'allier agenda personnel et intérêt de l'entreprise.



09. Régler les problèmes actuels

S'il y a une chose facile à trouver sur le web, c'est bien des prédictions en lien avec la direction que semble prendre notre industrie, peu importe laquelle.

- « Le futur du recrutement est dans... »
- « Nous aurons besoin dans quelques années de... »
- « Les sites mobiles seront... »
- Etc.

Cela fait souvent perdre de vue un objectif habituellement assez important : quels sont nos réels problèmes, maintenant?

L'innovation c'est bien, mais nous devenons de moins en moins bons à cerner les besoins présents et étonnamment... pas vraiment meilleurs à prédire le futur.

Pour la plupart, vous êtes probablement encore à vanter les mérites de l'utilisation du web dans les pratiques d'affaires de l'entreprise et à prouver qu'il s'agit d'une économie de temps et non une perte de temps.

La vision à long terme c'est bien, mais ce qui paiera à court terme et saura générer de la valeur, c'est la résolution de problèmes actuels. De réels problèmes que tous et chacun ont dans leur vie de tous les jours.

Une fois la valeur à court terme prouvée, les portes s'ouvriront pour le futur.



10. Vendre son idée : le pourquoi d'abord

Amener une culture numérique au sein d'une organisation nécessite son lot de vente et d'argumentation pour faire adopter ses idées.

Le réflexe normal afin d'expliquer ce que l'on fait et de présenter la valeur de ce qu'on propose est de mettre de l'avant les nombreux avantages, les nombreuses fonctionnalités et l'utilité évidente.

C'est logique.

Le fait est que l'on passe peu de temps à expliquer le pourquoi des choses : quelle est l'histoire derrière ce qu'on propose? En quoi croit-on pour le futur? Pourquoi se bat-on? Pourquoi fait-on les choses différemment?

On ne s'identifie que très rarement à un « quoi » ou un « comment », on s'identifie plutôt à un « pourquoi »... À une cause.

C'est spécifiquement ce qu'on cherche à créer : un mouvement d'agents de changement qui sauront épauler ce changement de culture et se battre pour l'adoption de nouvelles idées et de nouvelles façons de faire.

Pour cela, il faut commencer par le « pourquoi » des choses, pour d'abord s'identifier à une cause.




11. L'importance de démarrer

Peu de projets finissent de la façon dont ils étaient planifiés au départ. En effet, la plupart des produits livrés sont en fait un dérivé du concept initial, un peu comme si l'idée de départ était un test, une façon de mettre au monde une première version de ce qu'on avait en tête.

La célèbre entreprise d'achat groupé Groupon est un dérivé d'un concept initial, appelé « The Point », permettant de mobiliser les gens autour d'actions de groupe. Le projet aurait-il été possible sans cette première étape? Peut-être que oui, mais un premier projet a permis de tester ce qui fonctionnait bien ou moins bien dans une dynamique de groupe sur le web. Non seulement ça, mais le premier projet a aussi permis de bâtir une audience sur laquelle il était ensuite possible de s'appuyer, étape critique dans le lancement d'une nouvelle idée.

L'essentiel est donc de démarrer, que ce soit pour un projet public ou pour une idée lancée à l'interne en entreprise.

Démarrer nous donne le droit d'échouer et l'opportunité de réussir, mais surtout, permet aux idées de progresser tout en rassemblant les gens autour de ces dernières.



12. Accepter l'imperfection

Pendant des années, l'entreprise traditionnelle a vécu dans un monde dans lequel tout devait être approuvé et révisé plusieurs fois, par plusieurs personnes. Pire, par un comité.

C'était un jeu d'essai-erreurs coûteux (en temps et en argent), sans la possibilité de corriger. Du moins, pas rapidement.

Sur le web avec cette approche, soit on ne livre rien, soit on le livre trop tard. C'est en fait son caractère distinctif : pouvoir mettre en ligne un projet ou une idée très rapidement, aller y chercher de la rétroaction et ensuite réagir, tout aussi rapidement.

De plus, les gens tendent à partager ou adopter plus facilement l'imperfection, plutôt que ce qui respire le contrôle.

Ainsi, mieux vaut accepter l'imperfection initiale et ajuster le tir en cours de route, autrement on avance peu.

Cela est extrêmement difficile dans un contexte dans lequel un comité ou une structure hiérarchique lourde est responsable de prendre les décisions.

C'est ici que de mettre en place un programme de formation web des différents décideurs prend tout son sens, tout comme la maturité

émotionnelle nécessaire pour accepter l'imperfection et avancer dans l'incertitude.



13. Privilégier la simplicité

Il est extrêmement facile d'utiliser des outils trop compliqués pour nos réels besoins. Bizarrement, on essaie souvent de se convaincre de la nécessité de certaines fonctionnalités ou outils puisqu'ils semblent en apparence avoir le potentiel de régler la majeure partie de nos problèmes présents et futurs.

La réalité est tout autre. Les outils complexes sont rarement utilisés à leur plein potentiel et de plus, sont rarement adoptés à l'interne dû justement... à leur complexité.

Privilégier une solution en fonction de ses fonctionnalités limitées peut être dans certains cas une excellente pratique. Les solutions simples permettent de limiter les coûts de formation, d'exécuter les tâches importantes plus rapidement et il est aussi beaucoup plus facile de collaborer autour d'une solution simple qu'autour d'une solution complexe bourrée d'irritants.

Personne n'aime la complexité, aussi bien travailler à rendre les choses simples... Ce qui n'est pas chose simple.



14. Une stratégie iPod

Somme toute, la stratégie d'intégration du web à l'entreprise peut être comparée à une stratégie d'entreprise bien connue : le iPod de Apple et toute la gamme de produits qui s'en sont suivis.

La stratégie est simple (conceptuellement) : mettre la première pièce de son plan machiavélique entre les mains du plus de gens possible. Une pièce toute simple, qui favorisera la compréhension de ce qui sera introduit dans le futur et qui saura mettre la table.

Cette première pièce du puzzle est unique à chaque entreprise, mais est essentielle. Au même titre que pour lancer un produit à succès comme un iPad, il a fallu créer un écosystème particulier et s'appuyer sur la croissance des appareils mobiles pour faire valoir la valeur d'un appareil à mi-chemin entre le téléphone portable et l'ordinateur.

Introduire une plateforme web complexe pour gérer le processus de vente et la relation client de l'entreprise n'a pas de valeur si les vendeurs ne sont pas prêts à intégrer cette plateforme. Il serait probablement plus sage, par exemple, de débiter avec un système web en « consultation seulement » qui les aide dans leur processus de vente, sur le terrain.

Ensuite, il suffit de gravir les échelons et d'ajouter des pièces au casse-tête. Ainsi, le secret est d'intégrer graduellement, mais d'intégrer, et donc de débiter.

MERCI POUR VOTRE TEMPS



LIENS D'INTÉRÊT

i5co.com

bentremblay.com/fr/

benoit@i5co.com