



Le blog : quels usages pour l'entreprise ?

Bloguer pour vendre, pour influencer, pour réseauter ou communiquer...

Compte-rendu critique de la conférence du 3 juin (15h – 17h30) Bordeaux

<http://echangeurbx.blogspirit.com/archive/2008/04/16/pourquoi-bloguer-dans-un-contexte-d-affaires-une-journee-a.html>

Claude Malaison : l'entreprise 2.0

<http://www.emergenceweb.com/blog/>

Rappel de l'**accélération du changement de technique** (on est passé très lentement de l'oral à l'écrit... récemment on est passé à l'imprimerie, très récemment on est passé très vite de l'internet à l'ensemble des technologies internet et multimédia).

Les jeunes d'aujourd'hui sont familiarisés à ces nouvelles technologies/outils de communication : ce sont les jeunes qui passent l'expertise aux plus vieux (et non plus inversement) : le « **déclivité générationnel** ».



<http://emergenceweb.com/blog/?m=200704>

A côté de cela, en entreprise, les « babyboomers » partent et vont partir à la retraite.

Les valeurs de la **nouvelle génération** ne sont pas les mêmes : ont une « **carrière** » sur le web (jeux vidéos, courriels, téléphone cellulaire et échanges de messages textes divers, télévision – temps de lecture de livres a une part réduite).

Et même : **les jeunes générations commencent et prendront pour habitude de faire de la création et publication de contenus sur le web !**

Or les jeunes **transposent/transposeront leurs habitudes de communication internet sur leurs habitudes en entreprise.**

Si l'entreprise ne donne pas / ne favorise pas ce genre d'outils (production/publication de contenus) cela conduit à la fuite des jeunes. Car liés à leur **sentiment d'appartenance**, leur **épanouissement**.

D'une manière général : conditions de travail comme conciliation travail et famille : télétravail.

On parle beaucoup du web 2.0

2.0 Oui ! Mais à quelles fins ?

Entreprise 1.0

Hiérarchie
Bureaucratie
Axée compagnie
Contrôle de l'information
...

Entreprise 2.0

Organisation aplatie
Fonctionnement collaboratif
Axée utilisateurs
Transparence/ouverture
...

Entreprise 2.0 = Entreprise qui utilise les **outils web 2.0** : Blog, micro-blog - Vlogue et podcast - Fils RSS – Wiki – Ideagora - E-learning -

Le souci = pérennité du savoir

Liés aux départs massifs à la retraite mais pas seulement !

L'entreprise se nourrit du savoir collectif : « Si seulement elle savait tout ce qu'elle sait »

Le souci = archivage

Le souci = la masse > comment retrouver ?

= souci du savoir traditionnel

Les meilleurs/âgés partent = perte d'expertise >

Créer la mémoire d'entreprise

La solution = outils web 2.0 tels :

wiki et agrégation de blogs

Cite l'exemple de Netvibes qui est un bon exemple pour agréger des blogs d'expertise.

Le blog peut servir à :

- Suivi de projet
- Suivi de campagne
- Suivi de maintenance
- Suivi de réunion
- Suivi de veille

Blog d'expertise

Terme clé de l'intervenant un moyen de se valoriser (notamment auprès de ses pairs)

Bien sûr il y a des règles à respecter

Vive le wiki en entreprise !

C'est un **gain de temps** : calculs à l'appui

Wiki au sens « l'écriture collaborative de documents », évitant la multiplication d'échanges de courriels.

Business social networking

Ce sont des **réseaux applicables à l'intérieur de l'entreprise**



Permet de savoir qui fait quoi => bâtir un groupe de travail, répondre à une demande de client (je sais qui peut vous répondre)...

Exemple : IBM, Dassault Systèmes, France Télécom : leurs clients ont besoin de cela : jeu de questions/réponse - pertinence = côté expertise +++ (zau sein de l'entreprise c'est aussi possible).

Boîte à suggestion virtuelle

Introduire une cotation des idées : aide à être pris en compte

Exemple 1 : **Innocentive** <http://www.innocentive.com/> = ce principe plate-forme

« ... Qui permet à des entreprises de soumettre un problème de R&D, et aux chercheurs de gagner des primes en le résolvant. Innocentive annonce 80000 scientifiques inscrits, répartis dans plus de 170 pays. L'essentiel des problèmes posés relève de la chimie et de la biologie, et les primes commencent à \$5000 pour aller jusqu'à \$50000 et au-delà. »

(Source : <http://portail-innovation.typepad.com/innovationtribune/2005/12/innocentive.html>)

Principe = poser une question et ceux qui y répondent : \$\$\$\$!

Et ça marche : nombreux exemples (certaines entreprises qui coulaient, on pu reprendre leur activité, même l'assurer pour plusieurs dizaines d'années !)
= à l'externe plutôt

Exemple 2 : **Your encore** <http://www.yourencore.com/>

« ... Propose aux grandes entreprises américaines les services de scientifiques retraités. Elle affiche aujourd'hui un réseau de 4 000 experts seniors qui sont prêts à travailler sur des missions qui vont de plusieurs semaines à des plusieurs mois. » (Source : http://crystal-link.typepad.com/une_nouvelle_vie/2008/02/connaissez-vous.html)

= un extranet pour retraités !

Solutionner = être rémunéré ! (en sus de la retraite !)



Second Life

Cite aussi l'exemple de Second Life qui a permis aux américains de former les soldats aux codes sociaux irakiens...

Clairement en entreprise se distinguent déjà 3 technologies web 2.0 :

- Wiki
- Blogs internes
- RSS

Mon avis

Toujours bien de faire un bon constat (rappel de l'histoire, de l'évolution, prise de recul sur nos chères technologies. Un profil très universitaire dans l'intervention (j'adooore)).

Puis ça respirait tout autant, si ce n'est plus, l'expérience (j'adooore ++). Il représentait bien en terme d'âge l'auditoire et a su bien capter l'audience (première intervention rappelons-le). Ce n'est pas une question d'âge le web 2.0 mais il existe bel et bien des freins... que l'auditoire a bien relayé par la suite (dans ses questions notamment...).

Philippe Martin : le blog, outil de communication

<http://www.navezpaspeur.ca>

« Ne faites plus de sites internet : faites des blogs ! »

Philippe Marin expose dès la départ son concept : ne faites plus de sites internet : faites des blogs. Son idée = avec les blogs c'est super : plus souple et plus facile. Facile pour le client, plus facile pour l'entrepreneur.

« Lancer votre blog et après on réfléchira ». La révolution c'est que l'on fait l'inverse avec le blog.

Il va jusqu'à dire : « le site tu le mets en ligne c'est la fin. Le blog tu le mets en ligne c'est le départ. »

Blog = commencement
= un média
= un multimédia

Il faut selon lui changer la façon de faire

Sites internet = 80% techno et 20% d'accompagnement : il revendique le contraire avec le blog.

La relation client est selon lui plus longue avec le blog.



Blog = CMS, moteur de recherche, RSS, archivage auto et personnalisé (catégories) avec une compatibilité avec les médias sociaux

Le flux RSS = le pari du moment

La notion de tag est importante - Pérennité de l'info (archivage auto et personnalisé)

La communauté de blogs = le 1^{er} réseau social

Open source = une communauté de fourmis qui crée : **comme un Lego géant** avec possibilités d'en faire ce que l'on veut.

Exemple 1 : **Moisson Montréal** <http://www.moissonmontreal.org/fr/accueil.html>

La plus grande banque alimentaire du Canada : projet pilote sur le développement durable. Blog collaboratif.

« *Le public pourra suivre l'évolution d'un projet pilote de mise à niveau énergétique du bâtiment industriel de Moisson Montréal...* » (Source : <http://eminencegrisemontreal.blogspot.com/2008/04/nouveau-blogue-pour-moisson-montreal.html>)

Exemple 2 : **Les blogs de prévention – dans l'immobilier par exemple avec First Capital**

L'environnement humain concernée par un projet immobilier s'inquiète, se pose beaucoup de questions.

L'idée est d'anticiper – les mécontentements, les inquiétudes notamment – et d'y répondre.

Cela passe par de l'information : donner accès aux plans des travaux, au planning...

Plus d'info : <http://pierre-bouchard.com/?p=155>

On est passé du :

- 1 - blog perso
- 2 - au blog d'affaires
- 3 - aujourd'hui au blog interne = **intranet 2.0**

Un des avantages est **l'indexation rapide par les moteurs** : « comme si l'on semait de petits cailloux pour l'ogre Google »

2007 : 70 millions de blogs au niveau mondial > **2008 : 130 millions de blogs** (chiffres à relativiser bien sûr : notamment le chiffre ne comptabilisé pas les Skyblog, ni les blogs chinois...)

Différents blogs d'entreprise :

- CEO (exemple du PDG qui parle à ses employés, clients, investisseurs)
- experts (pour donner la parole aux experts : 27000 chez IBM)



- évangélistes
- employés (qui sont déjà sur les réseaux sociaux)
- micro blog de campagne, marketing produit

Quelques exemples : <http://www.marketing20.fr/blog-marketing/article-collaboratif-les-blogs-dentreprise/>

Pour passer de l'entreprise 1.0 à l'entreprise 2.0 (dans le cas où cela n'est pas évident) : le tout réside dans la sensibilisation.

Il y a **encore beaucoup de dirigeants pour qui « L'information c'est le pouvoir »** : notion de rétention.

Mon avis

« Ne faites plus de sites internet : faites des blogs ! » : de suite je suis sceptique et je me dis « Oh là ! » ce n'est pas si simple et fais grise mine. Certes le blog et le blog pro en particulier c'est sûr que c'est super mais de là à dire qu'il faut passer du site au blog il n'y a pas qu'un pas ! Ce n'est pas simple :@

Evidemment c'est un entrepreneur qui a décidé de passer de l'activité de création de site à l'activité d'accompagnement de blogs...

En bonne employée modèle je commence à avoir envie de grogner dès le départ (et me retiens☺). Car comme chaque employé de notre chère agence et comme chacun de nos clients le savent aussi : le site internet quand il est lancé : c'est le début de sa vie : il faut le mettre à jour, l'animer, communiquer sur lui... Qu'il est tout aussi simpliste de dire « arrêtez de faire des sites internet : faites des blogs ! » bref ! Il m'a eu peu énervée !

Intervention intéressante tout de même !

Thomas Parisot/Lesly Garreau : **Evangélistes bordelais du blog !**

<http://blogcamp.fr/>

Association bordelaise à vocation nationale. Rappel des intérêts et freins à la création d'un blog.

Mon avis

Rien de spécial. J'étais et suis déjà sensible à l'intérêt des blogs. Ils ont rajeuni les interventions. Sympa de voir 2 jeune consultants bordelais et détendus !



Jean Michel Leblanc : le blogging version sud-ouest !

Jean-Michel Leblanc s'occupe à Sud-ouest de la partie blogging du journal. Non seulement il administre techniquement le « réseau » lancé il y a 4 mois, mais il répond aussi aux questions des utilisateurs (un service privilégié).

La plate-forme de blogging sud-ouest :

- **15 rédacteurs du journal** : « soumis » à un minimum de règles, ayant une image de marque à respecter
- **20 correspondants** régionaux actifs pour qui le blog permet d'aller plus loin » : poster plus de photos, des vidéos et aussi avoir un retour sur leur travail
- **Des internautes**

Le ton est généralement plus « sec » sur le web : dans les commentaires notamment.

Le blog du piéton qui marche le mieux : <http://pieton.blogsudouest.com/>

Internaute comme source d'information : pas vraiment sauf pour blog du piéton.

Le nouveau site du journal est entrain d'être développé : il favorisera notamment les commentaires d'articles... A suivre ! (sur fond de web 2.0 donc)

Le journal s'est lancé dans l'aventure du blogging sans réelle stratégie. Lancée il y a peu, ils vont en suivre de près l'évolution

Mon avis

Une expérience locale mise en exergue. Sud-Ouest étant un Monument pour tout habitant du coin. Surfer sur la vague et être près des gens : tel seraient les 2 crédos (avec en prime l'assistante technique de Monsieur Leblanc pour chaque utilisateur un peu « perdu »

Pas de discours formaté, pas de présentation de type Power Point, une expérience « simple ».

Des négociations à venir sur le fond puisque les journalistes le font sur leur temps de travail.

Cela m'a surprise qu'il n'y ait pas de réelle stratégie, même à minima...