

inter-ligere.com

Jamespot
Intelligence. Daily.

Livre blanc

Février 2009

L'IMPACT DES RESEAUX SOCIAUX

Inter-Ligere

42, rue de Lagny 93100 Montreuil

Tél : 0975 345 436

Mail : jeromebondu@inter-ligere.net

Blog : <http://www.inter-ligere.net>

Site : <http://www.inter-ligere.com>

Jamespot

29 rue des Chantereines 93100 Montreuil

Tel : 01 48 58 18 01

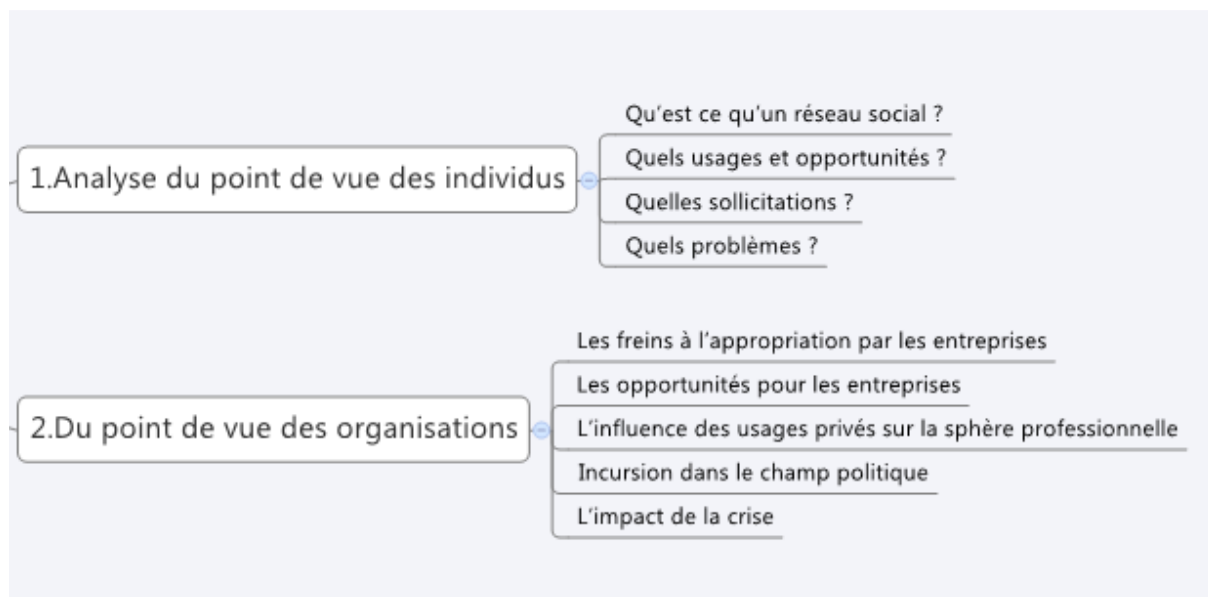
Mail info@jamespot.com

<http://www.jamespot.pro>

Table des matières

Avant propos	4
Présentation des auteurs.....	4
Introduction.....	5
1. Analyse du point de vue des individus	5
Qu'est ce qu'un réseau social ?	6
La galaxie des médias sociaux.....	6
Les réseaux sociaux en ligne	7
Les différents types d'outils.....	7
Des millions d'utilisateurs.....	8
Une utilisation inégale par pays.....	8
Quels usages et opportunités ?	9
Retrouver des anciens camarades et amis	9
Nouer des nouvelles relations	9
Partager des passions	10
Organiser des événements	11
Recruter et se faire recruter	11
Quelles sollicitations ?	12
... sollicitations pour mettre à jour son profil	12
... sollicitations pour augmenter son réseau.....	12
... sollicitations pour traiter les demandes de mise en relation.....	12
... sollicitations pour gérer les opportunités d'affaires	13
... sollicitations pour savoir qui a consulté son profil ou ses liens	14
... sollicitations pour traiter les rappels automatiques	14
... sollicitations pour surveiller les espaces partagés	14
... sollicitations pour résister à la pub ciblée.....	14
Quels problèmes ?	15
Maîtriser la représentativité des structures auxquelles on adhère.....	15
Gérer la frustration de ne pas pouvoir être partout.....	15
Accepter l'imprescriptibilité des informations	16
Accepter la collecte de vos données personnelles	16
Gérer les problèmes d'homonymie	17
Gérer les limites et bridages des outils.....	17
Prévenir une nouvelle forme de piraterie	17
2. Les réseaux sociaux : le point de vue des organisations	19
Les freins à l'appropriation par les entreprises	19
Problèmes de sécurité & de confidentialité	19
Technologie non éprouvée	20
Baisse de la productivité des employés.....	21
Augmentation du turnover	22
Décentralisation de la communication.....	23
Non maîtrise des conséquences	23
Les opportunités pour les entreprises.....	24
Promouvoir l'entreprise, des marques, ou des produits	24
Tester auprès de panels larges	25
Améliorer la gestion de la relation client.....	25
Améliorer la gestion des réseaux internes	26
Améliorer le recrutement	27
L'influence des usages privés sur la sphère professionnelle	28

Incursion dans le champ politique.....	28
L'impact de la crise	29
Conclusion	29



Avant propos

Ce livre blanc est le prolongement de notre intervention au sein du Club IES sur le thème “ L’impact des Réseaux Sociaux ” le 16 décembre 2008 ¹.

Il nous paraissait utile de consigner dans un document les idées, échanges et interrogations que nous avons eues dans le cadre de la préparation de cette soirée, et que nous avons quotidiennement en tant que professionnels de l’ère numérique.

Vous y trouverez, une présentation des fonctionnalités des réseaux sociaux, des avantages, des inconvénients et des risques liés à leur utilisation, et enfin des perspectives de changement que leur généralisation va nécessairement induire. La première partie (écrite par Jérôme Bondu) traite des réseaux sociaux d’un point de vue utilisateur. La seconde (écrite par Alain Garnier) se pose plus dans une perspective entreprise.

Nous espérons que ce livre blanc vous sera utile dans un cadre professionnel et aussi personnel, les deux étant – comme nous le démontrons au fil des pages – de plus en plus interconnectés grâce (ou à cause) de ces mêmes réseaux sociaux.

Jérôme Bondu

Alain Garnier

Présentation des auteurs

Jérôme Bondu est fondateur d’Inter-Ligere, société de conseil et d’études en veille et intelligence économique. www.inter-ligere.com .

Il préside le Club IES, organise régulièrement des conférences dans le domaine de l’IE, et édite le blog www.inter-ligere.net .

Alain Garnier est fondateur de Jamespot, société qui édite les sites de partage d’information grand public avec www.jamespot.com et l’outil pour intranet professionnel avec www.jamespot.pro

Il est aussi l’auteur de l’ouvrage “ L’Information non structurée dans l’entreprise – Usage & Outils ” Collection Hermès-Lavoisier

¹ Voir les présentations effectuées lors de cette conférence <http://www.inter-ligere.net/article-25892522.html>

Se pencher sur les réseaux sociaux revient à se pencher sur un des usages les plus intéressants du web à l'heure actuelle.
L'engouement qu'ils suscitent en est la preuve. La modification des rapports, et des méthodes de travail en sera la conséquence. Ce sont ces évolutions que ce livre blanc décrit.

1. Analyse du point de vue des individus



Qu'est ce qu'un réseau social ?

La galaxie des médias sociaux

Les “ **réseaux sociaux** ” font partie de ce que l’on appelle plus largement les “ **médias sociaux** ” (ou social media) comme le montre bien la cartographie éditée sur fredcavazza.net.

Les médias sociaux englobent tous les outils ou applications qui permettent une interaction entre internautes.

Un sein de cette galaxie des “ médias sociaux ”, nous allons trouver de nombreuses “ planètes ” : des outils de publication de textes (blog, wiki, ...), d’échange et de partage (youtube pour les vidéos, slideshare pour les présentations powerpoint, ...), les outils de discussion (skype), de microblog (twitter), ... L’offre est pour le moins abondante !



Qu'est-ce qu'un réseau social par rapport à un blog ou un wiki ?

- Le blog est un espace de publication d'un ou plusieurs auteurs, sur des plates formes dédiées, et ne requérant de la part de l'auteur aucune connaissance informatique particulière. Ces espaces permettent généralement aux lecteurs de déposer des commentaires.
- Le wiki est un espace de publication partagé, où les pages Web sont librement et également modifiables par tous les visiteurs autorisés.

Avec les réseaux sociaux, la finalité n'est pas la publication (même si elle joue un rôle important dans les groupes) mais la mise en relation des membres entre eux.

Ces solutions ont ancré plus profondément encore le web dans une dimension “ collective ”. Le passage du Web 1.0 au Web 2.0 a été marqué par l'importance des espaces participatifs où les flux se sont inversés : l'internaute n'est plus lecteur (passif), mais auteur (actif)².

² Voir le billet "L'intelligence est un phénomène collectif" <http://www.inter-ligere.net/article-14598004.html>

Les réseaux sociaux en ligne

Les “ réseaux sociaux ”, comme leur nom l’indique, permettent la création d’un **réseau de contacts**. Les fonctionnalités sont peu ou prou similaires quels que soient les outils utilisés (et on verra plus loin qu’ils sont très nombreux) : après enregistrement de votre profil, vous pouvez rechercher des personnes pour les ajouter à votre réseau. La recherche peut être nominative (on inscrit un nom dans le moteur de recherche interne), ou par mots clés (marketing, communication, veille, ...). Ces outils vous incitent à inviter vos contacts à s’inscrire sur votre réseau pour en augmenter la taille. Les fonctionnalités complémentaires seront vues en détail au chapitre suivant.

Pourquoi cet intérêt actuel pour les réseaux sociaux ?

De tous les outils internet, les réseaux sociaux sont certainement ceux qui ont connu la croissance la plus rapide en 2008.

Pour preuve, le mot “ Facebook ” est le 6^{ème} mot clé le plus souvent demandé sur Google en 2008 en France. Et il arrive en deuxième position en termes de progression. Une recherche sur GoogleInsight (qui analyse l’évolution des requêtes sur google) montre une augmentation forte depuis 2004.



Compte tenu de ce plébiscite, il n’est pas étonnant que l’offre soit abondante, et il semble difficile de dresser une liste exhaustive de tous les outils en ligne. Les plus connus sont Facebook, MySpace, LinkedIn, Viadeo, Xing, Copains d’avant, ...

Les trois premiers ont une réelle envergure internationale. Reid Hoffman, fondateur de LinkedIn, résume bien leurs différences principales :

“ L’idée, c’est que, malgré les apparences, ces réseaux sont très différents. Facebook, c’est la maison, le foyer, car l’idée de base est de rassembler dans un lieu virtuel vos proches, une petite partie de vos connaissances, ceux avec lesquels vous pouvez partager les photos de vos enfants ou des soirées auxquelles vous allez. (...) MySpace, c’est comme un bar, car vous faites en sorte d’y rendre votre profil le plus sexy possible (...) LinkedIn, c’est le bureau car il sert à rester en contact professionnellement, à mener des projets, à réussir sa carrière. ”³

Les différents types d’outils

Reid Hoffman présente trois outils très connus, qui sont des réseaux privés basés sur la confiance. On distingue d’autres types de réseaux sociaux selon leurs finalités :

- Sites de rencontre (non abordés dans cette étude).
- Sites d’anciens d’entreprise.
- Sites d’anciennes relations.

³ Source tf1.lci.fr <http://tf1.lci.fr/infos/economie/entreprises/0,,4197253,00-facebook-c-est-la-maison-et-linkedin-le-bureau-.html>

Des millions d'utilisateurs

Ces solutions ont été plébiscitées ces dernières années dans le monde entier. Une enquête IFOP en France permet de prendre la mesure de la notoriété de ces outils : 78% de la population déclarent connaître un des sites listés (Facebook, MySpace, Friendster, Seismic, LinkedIn, Viadeo & Twitter)

Ce qui représente une progression de +16% par rapport à l'année précédente.

Facebook est leader en notoriété assistée avec +68% des répondants, suivi de près de MySpace (66%).⁴

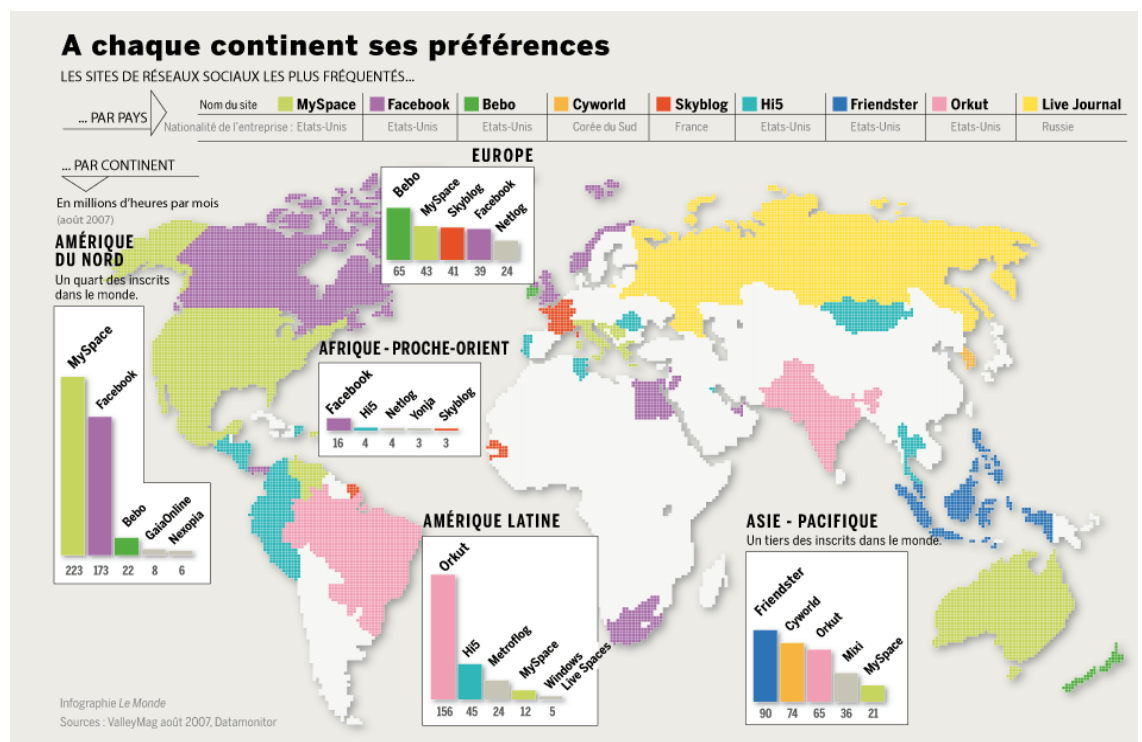
Facebook a notamment connu une progression impressionnante.

Comme l'écrit GNT " Oubliez la barrière symbolique des 100 millions d'utilisateurs franchie cet été, Facebook en revendique désormais 140 millions pour plus de 70 % en dehors des Etats-Unis. Plus de 700 millions de photos sont mises en ligne sur le site chaque mois et plus de 4 millions de vidéos récemment passées à la haute définition. Plus de 19 millions de groupes d'utilisateurs existent alors que chaque jour ce sont 140 nouvelles applications qui sont ajoutées pour un total de 52 000 disponibles. " ⁵.

Une utilisation inégale par pays

Il n'y a pas (encore) de leader mondial incontesté. Chaque pays a ses préférences. Ainsi la carte ci-dessous - éditée par Le Monde - permet de visualiser la fréquence d'utilisation des différents réseaux.

En France Skyblog est le premier outil utilisé.⁶



⁴ Source : fr.mashable.com <http://fr.mashable.com/2008/12/22/enquete-ifop-sur-les-reseaux-sociaux/>

⁵ Source : generation-nt.com <http://www.generation-nt.com/facebook-nombre-utilisateurs-cnll-vie-privee-actualite-206101.html>

⁶ Source : lemonde.fr http://www.lemonde.fr/technologies/infographie/2008/01/14/reseaux-sociaux-des-audiences-differentes-selon-les-continents_999097_651865.html#ens_id=999297

Quels usages et opportunités ?

Les usages sont multiples. Le sondage IFOP cité plus haut présente les fonctionnalités les plus utilisées :

- Retrouver des camarades de classe, de promotion ou d'anciens amis.
- Se faire des relations, un réseau.
- Partager des passions.
- Faire des rencontres, trouver de nouveaux amis.
- Organiser des événements.

Voyons-les en détail.

Retrouver des anciens camarades et amis

Qui ne se rappelle pas ses copains de classe ? Qui n'aimerait pas revoir un(e) ancien(ne) bon(ne) camarade ? Des sites se sont spécialisés dans cette voie.

En France copaindavant.com frise les 10 millions de membres. La base de donnée du site édité par L'Internaute contient les références de toutes les écoles (depuis le primaire jusqu'aux masters et doctorats) les casernes, et autres lieux où vous avez pu socialiser.

Retrouver des anciens amis devient alors un jeu ... d'enfant !

Le leader mondial de la catégorie est l'anglophone classmate.com

Nouer des nouvelles relations

The screenshot shows a LinkedIn profile for Barack Obama. The header includes the LinkedIn logo and navigation tabs for People, Jobs, Answers, and Companies. The profile itself is for Barack Obama, a US Senator and Presidential Candidate. It lists his current role, past roles (State Senator, Senior Lecturer), education (Harvard University, Columbia University, Occidental College), and connections (500+). A summary section contains a quote from him about his campaign. On the right, there is an advertisement for an American Express Business Gold card and a section titled 'How you're connected to Barack' showing a connection path from 'You' to 'Michel' to 'Barack Obama'.

La création de réseau est facilitée par la possibilité de rechercher un nom, une fonction, une entreprise, de consulter un profil, un parcours, des centres d'intérêts, ... une fois le contact trouvé, il suffit de cliquer sur un lien pour demander une mise en relation. Et ça marche !

Un des "pouvoirs" de ces outils est leur effet désinhibant.

- La demande de mise en relation est simplifiée à l'extrême : il suffit d'un click ou deux, et on n'est même pas obligé de "justifier" sa demande.
- La mise en relation est l'objet même de ces outils. Si l'on trouve un profil sur un réseau social, c'est que la personne qui l'a déposé accepte (à priori) de jouer le jeu, et est donc ouverte à cela.

Ainsi, on peut voir dans la capture d'écran ci-dessus, que Jérôme Bondu est à 1 contact de l'ancien sénateur de l'Illinois. Pour la conférence de décembre au Club IES, il a fait une demande de mise en relation (qui est -contre toute attente- restée sans réponse à ce jour).

Ces réseaux s'appuient sur des travaux universitaires en sociologie. Cela a notamment débouché sur le modèle des "petits mondes", modèle qui veut qu'il faille seulement 6 contacts pour "atteindre" n'importe qui sur terre.

Voici la définition qu'en donne wikipedia : " *Le "phénomène du petit monde" (appelé aussi effet du petit monde également connu sous le vocable "paradoxe de Milgram" car ses résultats semblent contraires à l'intuition) est l'hypothèse que chacun puisse être relié à n'importe quel autre individu par une courte chaîne de relations sociales. Ce concept donna naissance, après l'expérience du petit monde, conduite en 1967 par le psycho-sociologue Stanley Milgram, au concept de "six degrés de séparation". Celui-ci suggère que deux personnes, choisies au hasard parmi les citoyens américains, sont reliées en moyenne par une chaîne de six relations.*"⁷

Partager des passions

La création de groupe est une histoire "ancienne" sur internet. Les Yahoo Groups ont ouvert la voie il y a quelques années.

Les réseaux sociaux ont repris cette fonctionnalité de créer et de pouvoir s'inscrire à des groupes partageant un centre d'intérêt commun. Les membres du groupe pourront envoyer et recevoir les messages. Une base de contacts et de connaissances est ainsi constituée.

On y trouve de tout, du plus sérieux au plus léger, à l'image du groupe Facebook des "Cons qui restent immobiles à gauche sur l'escalator", ... groupe qui n'en a pas moins rassemblé près de 150 000 membres début 2009.



The image shows a screenshot of a Facebook group profile. On the left is a square icon with a black and white illustration of a person standing on an escalator. To the right of the icon, the group name is written in blue: "Contre les cons qui restent immobiles à gauche sur l'escalator". Below the name, it says "Intérêts communs - Philosophie". Further down, there are statistics: "Taille: 147 189 membres", "Nouveau: 576 nouveaux membres, 3 sujets de forum, 28 messages sur le mur". At the bottom, it says "Profil mis à jour il y a environ 3 semaines".

Sur Viadeo les groupes sont plus professionnels. Il y en a près de 10 000.

⁷ Source wikipedia.org http://fr.wikipedia.org/wiki/Petit_monde

Organiser des événements

Autre fonctionnalité appréciée, la possibilité de communiquer sur l'organisation d'un événement. Ainsi la capture ci-dessous présente l'annonce de la conférence du Club IES de décembre 2008.



Recruter et se faire recruter

Des milliers de CV à disposition, des profils mis à jour par les intéressés ... ces outils sont naturellement une aubaine à la fois pour les candidats et pour les professionnels du recrutement.

Néanmoins, il ne faut pas surestimer leurs rôles dans le processus de recrutement. Ainsi l'appréciation d'un cabinet de recrutement " *les réseaux sociaux sont un bon moyen de véhiculer l'info et d'augmenter sa surface d'exposition à des candidats potentiels, mais pour ce qui est d'évaluer un candidat, cela relève plutôt de la validité version graphologie (ou) astrologie* ".⁸

Rien ne remplace donc le contact humain, en face à face. Même si comme l'avait fait remarquer Alain Garnier lors de la conférence, on peut se poser la question : qu'est-ce qui est considéré comme le plus important aujourd'hui ? Une impression éprouvée lors d'un entretien de deux heures ? Donc naturellement subjective et plus difficilement partageable. Ou bien la lecture d'un profil soigneusement tenu à jour depuis 10 ans, dans lequel on lit tous les détails d'une activité professionnelle, étayée par des recommandations ?

⁸ Source : 01net.com <http://blogpro.01net.com/pro/post/2008/12/19/Pour-evaluer-un-candidat-le-reseau-social-est-aussi-utile-que-l-astrologie>

Quelles sollicitations ?

Même si les auteurs de cette étude sont des utilisateurs convaincus de l'intérêt des réseaux sociaux, il n'en est pas moins utile de rappeler les **dangers et les inconvénients que leur utilisation non maîtrisée peut engendrer. Les réseaux sociaux sont comme des nouvelles voitures puissantes lancées sur les routes de l'internet. Sans code de conduite, les dérapages et accidents seront inévitables.**

Les éléments présentés ci-après sont liés aux fonctionnalités de ces outils. Opportunités ou problèmes, tout dépend de leur fréquence et de leur utilisation.

... sollicitations pour mettre à jour son profil

La création d'un profil dans un réseau social est une opération relativement facile. Du moins, si l'on a tous les éléments en tête. Dans une optique professionnelle, la création du profil demandera le même soin que la rédaction d'un CV.

Tant que le profil ne sera pas rempli convenablement, les rappels et incitations pour le parfaire seront constants. Mais le plus ennuyeux est la mise à jour, surtout si l'on utilise plusieurs plate-formes (viadeo pour les contacts professionnels francophones, et LinkedIn pour les anglophones). A cela se rajoute le problème de segmentation des réseaux, et du type et niveau d'information que l'on met sur chaque outil. Cela peut rapidement tourner au casse tête.

... sollicitations pour augmenter son réseau

Elles seront constantes.

Non seulement pour donner de la " valeur d'usage " à l'outil, mais aussi pour donner de la valeur financière à la structure qui l'a mis en place.

La course à la taille est omniprésente dans le monde numérique.

... sollicitations pour traiter les demandes de mise en relation

La demande de mise en relation fait partie du fondement même de ces outils. Mettre son profil en ligne signifie accepter les règles de jeu. Mais comme dans tous cénacles, il y en a qui ne respectent pas les codes. C'est sur cette catégorie que portera notre critique.

Plus un profil est en vue, plus les sollicitations de mise en relation seront nombreuses. Quand elles émanent de personnes qui ont un profil mal renseigné, qui ne justifient pas leur démarche (ne serait-ce que par quelques mots) et qui ont déjà dépassé le millier de contacts, on est en droit de se poser des questions sur le bien-fondé de leur demande.

Laurent Dupin, blogueur, évoque sur Libération une pratique qui devrait devenir un standard *" J'ai observé dernièrement une attitude de sagesse que j'ai d'ailleurs faite mienne et conseille à toute personne se posant des questions : lors du primo contact quand on veut se faire un "ami", certaines personnes me répondaient "on se connaît d'où?" Au début j'ai été vexé, voire freiné dans mon envie de réseauter. Mais après j'ai trouvé cela très pertinent : manière de mettre un peu de distance et de réflexion dans l'acte d'amitié/clic, et surtout de sonder les intentions, bref de se monter un vrai réseau qualitatif personnalisé, thématique, délimité, bref intelligent. "*⁹

⁹ Source liberation.fr <http://travail.blogs.liberation.fr/dupin/2008/12/facebook-loverd.html>

Il n'est pas loin le temps où une nouvelle pathologie enrichira les carnets des psychanalystes, celle du " réseautage compulsif ". A partir du moment où l'on invite n'importe qui, le réseau n'a plus de valeur. Ou du moins, il n'y plus qu'une valeur numérique (quantitative au lieu de qualitative).

Robert I
[6500+14] Networker.
Seasoned Exec with 18+ yrs
of high-end business
development and sales
management experience!
[See all Robert's discussions >](#)

☆ **INVITE ME [6,300+ 14M]... ALL INVITES ACCEPTED!!!** ☆
I have more than 6,300 direct connections (plus 14M indirect connections) and am looking to aggressively grow my network on LinkedIn.
Please click on my name above to see my profile and then select "invite", or send invite to rbrown@wayport.net
Posted 23 hours ago

... sollicitations pour gérer les opportunités d'affaires

La plupart des opportunités sur les réseaux professionnels sont certainement très sérieuses. Mais ces nouveaux rivages étaient trop riches pour ne pas être les supports de nouvelles formes d'escroquerie.

La capture d'écran ci-dessous présente la sollicitation d'une personne " Christiane " qui demande mon assistance pour récupérer et rapatrier 12 milliards de dollars (hum hum ... on flaire à peine l'arnaque. C'en est presque pathétique¹⁰). Vous l'avez compris, les " chaines " ont investies ce nouvel eldorado, à la recherche de gogos.

De : [Compte Supprimé \[_chrispeace@viadeo.com\]](#)
À : Jérôme Bondu
Cc :
Objet : [Compte Supprimé désire vous ajouter à ses contacts](#)

Bonjour,

[Compte Supprimé](#) vous propose d'être en contact sur Viadeo.

Je me nomme Nguessan Christiane.
Je sollicite votre assistance pour la récupération et le rappatriement de mes biens déposés dans une société de gardiennage et estimés à douze milliards de dollars .voici un contact sur lequel vous pouvez me joindre urgament nqu_chrispeace@centrum.sk

[Ajouter Compte à mes contacts.](#)

Si vous ne connaissez pas [Compte](#), n'hésitez pas à [consulter son profil.](#)

¹⁰ En écrivant ces lignes, je ne peux pas ne pas me dire que l'arnaque est si grosse qu'elle cesse d'être crédible. A la limite, je me demande si ce n'est pas Viadeo qui a mis en place ce vrai-faux profil pour " prévenir " ses membres, suivant la technique du " contre feu ". Il s'agit de créer une rumeur si grosse qu'elle décrédibilise les rumeurs suivantes. Pour plus d'information, voir inter-ligere.net à la rubrique Rumeur.

... sollicitations pour savoir qui a consulté son profil ou ses liens

La fonction qui permet de voir qui a consulté son profil ou ses liens est très intéressante. Elle permet de détecter des contacts potentiels. En plus c'est très flatteur de voir que l'on a un profil qui "intéresse". Et il est tentant de voir qui a eu la curiosité et la bonne idée de s'arrêter sur votre profil ou vos liens.

La encore, tout est une question de mesure. Plus votre profil sera consulté, pour vous risquerez de perdre du temps dans cette activité chronophage qui consiste à lire les profils de vos lecteurs.

... sollicitations pour traiter les rappels automatiques

Avant, on pouvait oublier les anniversaires de ses contacts. Et ne pas les souhaiter. C'était le bon temps ;-)

Maintenant, à partir du moment où l'on est connecté sur Copaindavant, Unik, ou d'autres réseaux, vous avez un rappel automatique sur les dates d'anniversaire de vos contacts, les fêtes, et autres événements. Vous serez invité à leur envoyer une carte.

Il faut savoir mettre un frein au temps dépensé, et distinguer le gadget de la fonctionnalité réellement utile.

... sollicitations pour surveiller les espaces partagés

Facebook offre la particularité d'avoir un "espace public" (appelé de manière assez absconse "le mur") sur lequel tout internaute peut laisser un message. Bien sur cette fonctionnalité peut être désactivée.

Mais à partir du moment où un quelqu'un écrit quelque chose sur votre mur, il est logique de vérifier ce dont il s'agit.

... sollicitations pour résister à la pub ciblée



La publicité sur Facebook n'est pas encore trop ciblée. Enfin, il nous semble. A moins que ce soit parce que nous sommes dans la veille que nous recevons cet appel à la purevoyance.

Néanmoins, il est probable que cela ne dure pas.

Parmi les sollicitations citées plus haut, il en est de plus ou moins bénignes (ou malignes). Les problèmes ci-dessous sont plus préoccupants, et méritent de la part des utilisateurs une attention plus soutenue.

Quels problèmes ?

Maitriser la représentativité des structures auxquelles on adhère

L'inscription à un réseau social implique souvent l'inscription à des groupes. Ces groupes rassemblent des membres partageant un intérêt commun.

Le parti pris de ces outils est clairement démocratique. Ainsi n'importe quel membre peut créer un groupe. L'on voit de ce fait en fleurir une multitude.

L'internet est un espace darwinien. Seul les plus résistants passent l'épreuve du temps. Néanmoins, il y a toujours un moment de doute quand on recherche un groupe et que l'on tente d'analyser les multiples réponses, sans savoir quel groupe est réellement le plus représentatif et le plus légitime.

Gérer la frustration de ne pas pouvoir être partout

Une réponse possible au problème de la représentativité des groupes, est de s'inscrire dans tous les groupes correspondant à sa recherche. Mais le proverbe " qui trop embrasse mal étreint " trouve ici une parfaite illustration, et l'on ne peut suivre de multiples discussions sans se perdre dans une activité chronophage et au final très peu productive.

La capture d'écran ci-dessous présente une partie (oui, une partie seulement) des groupes d'un membre de viadeo.

niser un événement : pratiques & réflexions - Evolution de la Société, projets professionnels et développement de projets - Pica
ilèrez vos réussites - Union européenne - Société de portage salarial - NW²L - EUROREGION FRANCO-BELGE - Portage salarial, fre
érateurs d'entreprises - Business : vivre multi compétences et portage salarial - Collaborateurs d'élus - Recherche de Partenaire -
tenaires-Quadra-Seniors - Événementiel - Management de Projet - Management de la connaissance - Laboratoire de l'innovation
tion de Valeur - Analyse, Veille Stratégique & Concurrentielle, Intelligence Eco - Intelligence économique - Industrie Automobile
ANTEZ-VOUS EN SUISSE PRO ou PARTICULIER - Réseaux en Chine ... ("Guanxi") - Les bonnes adresses - club business 02 - Jarr
Livre !! - Abécédaire de la création d'entreprise - Commandes Groupées Vins et Champagnes ... - Think tanks - Chine - Inde - Ja
e - Asie du Sud-Est - Géopolitique, géostratégie, géoéconomie - Madagascar Développement Business - club business tgv - club
ansport - Recherche de dossiers, liens en tout genre, thèses et mémoires pour s'informer - Cergy Pontoise: Vivre,Travailler, Ech
lopper du Business - Relations Ecoles-Universités / Entreprises - Collectivités et Stratégies Locales - Entrepreneurs chasseurs/ven
compagnement dans la gestion de carrière - Boîte à Projets - CLUB BUSINESS 62 - "Club d'affaires" - Ebusiness France (inscription
ite) - Ch'ti - Nord - 75 - Paris et IDF Club Business Durables entre Actifs IDF - CLUB BUSINESS IRLANDAIS - EXPATRIATION -
icements européens pour les PME/PMI - Essaimage en entreprise - CREATION - ENTREPRENEURIAT - LES PREMIERES GALERES
ress Club Lémanique - CLUB BUSINESS PARIS LA DEFENSE - NOUVEAUX CREATEURS - Club Business de Belgique - INNOVATION
REPRENEURS en Ile-De-France - PATRIMOINES, STRATEGIES ET TERRITOIRES (PST) - IE-Sécurisation,Protection.des Richesses.
eprise. - Entrepreneur ou Intrapreneur - EMPLOI DES SENIORS - Québec 2008 - Portage salarial, Freelances et consultants - NO
ranges économiques et sociaux - Les nouveaux métiers du PODCAST - BENELUX + 59/62 - Boite à Idées pour entreprendre - Le
angé ma vie - Net Transmissing - réseau de transmission immobilière et d'entreprise - Club Business de Neuchâtel : Ouvrez votre
ès ! - club business France-Maghreb - Clubs Business en FRANCE - Doctorat, doctorants, docteurs et ingénieurs de recherche - C
ress 95 (Val d'Oise) & COPREVO - Club Business Second Life - Cheval, quand tu nous tiens ! - Email Marketing < e-Marketing [Er
zine.fr] - Club Business 78 - LES GROUPEMENTS D'EMPLOYEURS - Citations au service du business - MONTREAL - QUEBEC - CAN
endre une entreprise. - Managers de transition indépendants - Cercle des Expatriés Résidant en France (Le CERF) - Net Entrepre
sance et Entreprise - Club Business 91 - Net CouchSurfing - Accueil des Cadres Dirigeants Entrepreneurs - Club Business 75 - Clu
èmes Productifs locaux - Femmes Chefs d'Entreprise en Seine et Marne 77 - PARIS - Ile de France - Business in Morocco - Club B
Club Business France-Bresil - Etes vous prêt pour le web 3.0 - QUITTER PARIS VIVRE EN PROVINCE - OpenCoffee Club Paris - Et
ement Business Entreprises - Ile De France - Club Business FRANCE-TUNISIE - TPE/PME Networking - Emploi Fr NORD (Beauvais,
cerque, Charleville) - Genève - Le Club National des CHR - Seine-et-marne (77) - INDE - Sponsoring Sportif - Mise en relation - St
ress Angels, Entrepreneurs - Les humains et la complexité des organisations - Club des Chefs d'Entreprises TPE/PME Paris Ile de l
Business 60 - Vente immobilière sur plans - la vente en EFA (état futur d'achèvement) - Networking; les nouveaux challenges
ress Angels, porteurs de projets, investisseurs privés rencontrons-nous. - Liege-France Eco - Création et innovation - La confiance
ions de travail - Ile Maurice - Partenaires & Clients - Innovations et Perspectives - Créer son entreprise de service à la personne a
réseau - Mécénat & PME ... ou l'accès à la communication sociétale - Club Yachting & Nautisme - Relations de pouvoirs dans l'en
ologie du pouvoir) - Second life Entreprendre // Implantez votre activité dans secondlife - Investisseurs privés - Méthodes de tra
natives au CDI - Electronique High Tech Produits et Services - MAROC - Club ESSEC business et technologie - La communication
le Dessinée - Le réseau de prescription - En quoi Eregex va révolutionner votre vie ? - SEINE SAINT DENIS (93) - société a vend
au maroc - CNAM PICARDIE - Missions Courtes - EST PARISIEN (77, 93 et 94) - Généalogie des rois de France, - Le Yoga théoc
IT D'ENTREPRISE - Club Ethique & Business - Ethique, Valeurs et diversité dans les Affaires - La lettre de vente - Techniques et
ages d'affaires : OPTIMISEZ-LES ! - APEC - Veille internet sur start-ups, spin-off - Les capitaux décès - ACTUALITE DROIT DU TI
mpagnement du changement, hommes et organisation(s) - Optimiste de nature !! - Netvibes - Net efficience relationnelle dans
ux sociaux - Club Business Paris 75010 - Télévision locale: Un média en développement - BECI-hub général - ! Bienvenue au Syn
ress Club - GRAND PARIS, faut il en avoir PEUR ? - 1er forum authentique - Management ou Gestion des centres-villes - !"Conne
ce* - CLUB DES DRH & EXPERTS RH - EVENT & PRIVILEGES - Club des Français de l'Etranger - medecines complementaires: de
ie utilisation - 78 - Saint-Quentin-en-Yvelines - Business - Agriculture - Agro- business - Emploi des séniors - cumul emploi retraite
TAGE SA LARIAL pour les commerciaux - Espace Indépendants - Freelance France - INDE - Entreprises françaises - NET ARTISTI

Accepter l'imprescriptibilité des informations

On serait tenté de plagier Lavoisier en transformant sa célèbre maxime pour l'adapter au monde de l'internet sous la forme "rien ne se perd, peu se crée, tout se transforme"¹¹. En effet, internet est un vaste champ de récupération de tout ce que l'on peut y trouver. C'est surtout un espace où toute action laisse des traces indélébiles. Laissons la place à un exemple concret pour illustrer ce point :

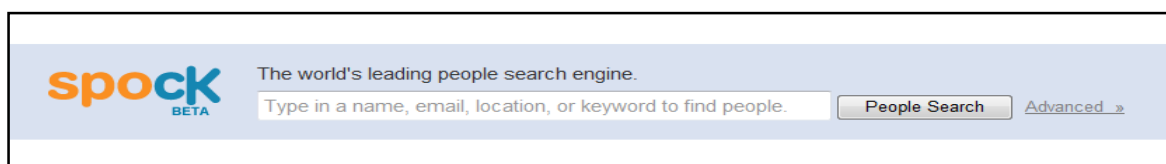
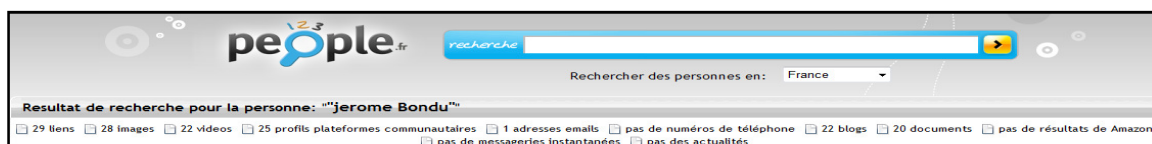
« Ainsi par souci pédagogique, la revue Le Tigre a reconstitué et publié la vie d'un internaute, pris au hasard, sur la base d'infos trouvées en ligne. L'objectif était simple : reconstituer la vie d'un internaute à partir de morceaux choisis et savamment exposés sur la Toile. " Ce sera violemment impudique ", prévient d'emblée le rédacteur de l'article. Qui ajoute : " C'est de ta faute ! Tu n'avais qu'à faire attention ! ". Vu comme ça évidemment, Marc n'avait aucune chance... L'imprudent internaute avait, en effet, au fil du temps, posté plus de 17 000 photos sur Flickr, sans compter une imposante présence sur Facebook, sur YouTube et sur d'autres réseaux sociaux. Une expérience apparemment traumatisante pour le sujet qui, dans une entretien publié mercredi 14 janvier par le quotidien nantais Presse Océan, avouait " ne pas avoir dormi les nuits " qui ont suivi la parution de l'article dans la revue Le Tigre. " Immédiatement, j'ai enlevé toutes les informations me concernant sur Internet " ».¹²

Accepter la collecte de vos données personnelles

Comme le dit Alex Türk, président de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) " Si je décide de participer à un réseau social, je vais être cristallisé, englué par les informations que j'aurais confiées à l'âge de 21 ans. Dans dix ans, on vous les ressortira. Vous êtes tracé car vous perdez la possibilité d'évoluer. On a le droit, à 20 ans, de dire une connerie, ce n'est pas pour autant qu'on doit vous la rapporter toute votre vie ". Lors d'un entretien pour un journal, il donne l'exemple d'un étudiant en droit qui avait " montré ses fesses " lors d'une soirée arrosée et dont la photo mise sur un réseau de socialisation a été ressortie par un recruteur lors d'un entretien d'embauche.¹³

Alex Türk alerte sur le fait que ce traçage dans le temps vient s'ajouter au traçage dans l'espace grâce aux téléphones portables, cartes bancaires, et autres éléments intelligents contenant une puce RFID.

Des outils se font la spécialité d'aller chercher les informations dans les réseaux sociaux (123people.fr, spock, ...).



¹¹ La maxime est " Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme ". Selon Wikipedia, elle est injustement attribuée à Lavoisier, et devrait être attribuée à Anaxagore de Clazomènes. Mais c'est un autre débat.

¹² Source : 01net.com <http://www.01net.com/editorial/401328/la-vie-d-un-internaute-qui-s-exposait-sur-le-web-mise-a-nu-dans-la-presse/>

¹³ Source : letelegramme.com http://www.letelegramme.com/jg/generales/france/reseaux-sociaux-en-ligne-attention-vous-etes-traces-20081220-4400617_1577227.php

D'autres présentent des stratégies qui peuvent prêter à la controverse. Ainsi zoominfo collecte automatiquement des informations sur le net, et crée un profil. L'outil propose ensuite à des internautes de "réclamer" le profil. Le bât blesse quand pour la vérification de votre identité, l'outil demande vos informations bancaires !

Gérer les problèmes d'homonymie

Il y a deux autres " Jérôme Bondu " sur les réseaux sociaux que nous connaissons, quand aux " Alain Garnier " le chiffre exact est difficilement identifiable avec précision. Et les natifs francophones ne sont pas si nombreux par rapport à la masse d'anglophones dont on comprend mieux qu'ils doivent utiliser les initiales de leur second prénom pour se différencier.

L'homonymie est déjà un problème, mais le pire reste à venir, quand ces outils seront devenus indispensables (ce dont on ne doute pas) et que l'on s'apercevra qu'il faudra rajouter des précisions sur la civilité pour différencier les homonymes.

Gérer les limites et bridages des outils

L'utilisation en parallèle de différents réseaux sociaux impose de bien en connaître les spécificités.

Citons un seul cas de figure : l'envoi répété d'un même message n'est pas toléré sur Facebook. Quel que soit le contenu, vous risquez de perdre votre compte.

Avertissement

Attention ! Votre compte est risqué d'être désactivé.

Vous avez utilisé cette fonctionnalité pour envoyer des messages indésirables à d'autres utilisateurs. L'utilisation inadéquate des fonctionnalités de Facebook de façon continue résultera en la désactivation de votre compte. Pour toute question ou problème, vous pouvez visiter notre [Page FAQ](#).

Prévenir une nouvelle forme de piraterie

Jusqu'à présent, il n'y avait que les stars et autres VIP¹⁴ qui pouvaient craindre des détournements de profils sur les réseaux sociaux. Dans ce cadre, on peut comprendre que l'agence Brandcasting Unlimited, en charge du site officiel de Britney Spears, recrute un responsable des médias en ligne (l'annonce précise que son rôle sera de tenir à jour, animer et modérer les comptes de la vedette sur YouTube, Twitter, Facebook et MySpace).

Mais le vol d'identité de personnes moins connues existe. Ainsi cette capture issue de Facebook lorsque le profil de Frédéric Vignale (fondateur de LeMague) a été piraté. Le faussaire s'est amusé à reproduire le profil en prenant des éléments véridiques (nom, prénom, photo, date et lieu de naissance) et en transformant d'autres.

¹⁴ VIP : Very Important Person, Cela se passe de traduction.

facebook Profil Amis Messages (2) accueil compte confidentialité déconnexion

Rechercher frederic vignale Rechercher Recherche de profil

Affichage des 6 résultats pour : **frederic vignale**

	Nom : Frederic Vignale Réseau : France Amis : 6 amis en commun	Envoyer un message Voir ses amis Retirer cet(te) ami(e)
	Nom : Frédéric Vignale Amis : 1 ami en commun	Accepter en tant qu'ami Envoyer un message Voir ses amis

Total music
Tous les instruments de musique à prix internet sont sur www.total-music.fr et au 11 bd de Sebastopol 75001 Paris.

Ainsi à la fonction on peut lire “ Rmiste ” ainsi que d’autres fines plaisanteries. L’affaire n’a pas été qu’un canular de potache puisque le faussaire s’est amusé à débaucher les vrais contacts de Frédéric. Entre 8h du matin et 10h30, le faux profil est passé de 10 à 110 amis ! Son discours était le suivant “ je me suis créé un nouveau profil plus sympa, désabonne toi de l’autre ” ! Ce que certains ont fait. A tel point que lorsque la victime a voulu les récupérer, il s’est entendu dire “ qui me prouve que tu es le vrai ... raconte moi une anecdote personnelle ” !!!

Profil Amis Messages (2) accueil compte confidentialité déconnexion

Frédéric Vignale



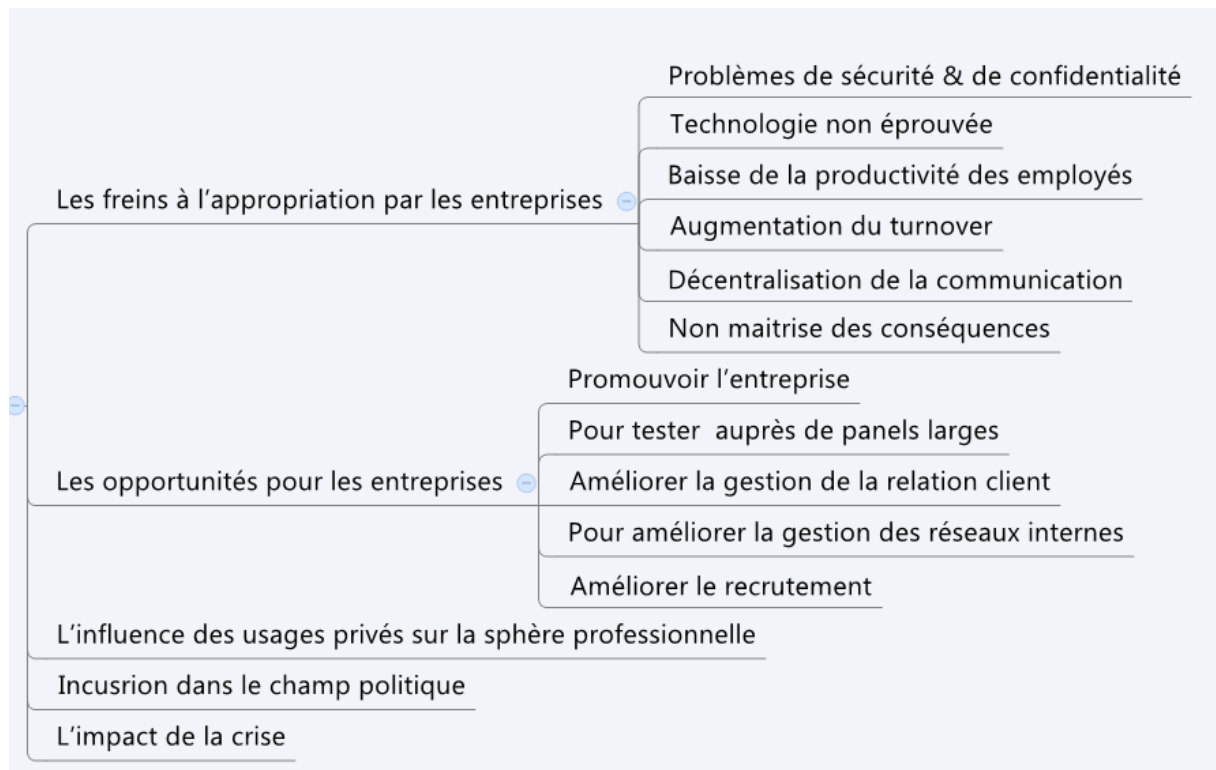
Intéressé(e) par : Femmes
Situation amoureuse : En couple
Attentes : Amitié, Rencontres, Réseau professionnel
Date de naissance : 27 avril
Originaire de : Metz, France
Opinions politiques : Opportunisme
Religion : Vignalisme

▼ **Emploi**

Parcours professionnel
Employeur : L'état
Fonction : RMIste
Description : Préfère faire travailler ma femme et me la couler douce.

Accepter l'ajout à ma liste d'amis
Voir les amis de Frédéric (110)
Offrir un cadeau à Frédéric
Send Frédéric a Fun Card
Write on my Advanced Wall
Envoyer un message à Frédéric
Faire coucou à Frédéric

2. Les réseaux sociaux : le point de vue des organisations



Les freins à l'appropriation par les entreprises

Selon une étude publiée mi-décembre 2008 et menée par Vactures-References et Koppen “ *Vingt-trois pour cent des employeurs envisagent de bloquer techniquement l'accès à des sites de réseaux sociaux tels que Facebook ou Netlog* ”¹⁵

Il est assez classique que les entreprises freinent -pour ne pas dire plus- l'adoption des nouveaux usages issus du Net. Il en a été ainsi pour l'arrivée du Web, du mail, plus récemment de l'utilisation des moteurs de recherche (Google), puis des blogs. Que maintenant ce soit au tour des réseaux sociaux suit la même logique.

Plusieurs facteurs expliquent cette situation.

Problèmes de sécurité & de confidentialité

Au premier chef, la question de la sécurité. Les DSI¹⁶ sont les “ gardiens du temple ” du système d'information des entreprises. Et la sécurité est devenue une problématique de plus en plus critique à mesure que, d'une part les données sont de plus en plus sensibles, et d'autre part que les systèmes sont de plus en plus ouverts donc fragiles. Aussi, le premier reflexe des DSI est de stopper net (le jeu de mot s'impose) toute fuite potentielle et tout risque externe.

¹⁵ Selon une étude publiée mi-décembre 2008 et menée par Vactures-References et Koppen. Source : <http://www.rtlinfo.be/rtl/news/article/204927>

¹⁶ DSI : Directeur des Systèmes d'Information

Ils le font d'abord parce qu'ils ne connaissent pas toujours les risques. Un réseau comme Facebook par exemple, a ouvert sa plate-forme aux applications tierces, permettant de tout à chacun d'ajouter une fonctionnalité au réseau. De ce fait, il n'y a aucune garantie du " fabricant " derrière ces applications. Elles s'exécutent sur Facebook certes, mais ce n'est pas Facebook mais n'importe qui (de la société sérieuse au pirate du web) qui propose cette application. Comment s'y fier ?

Ensuite, les DSI savent que le facteur humain est la première cause de non-sécurité. Que ce soit par négligence, ou par des techniques très simples pour récupérer les mots de passes, les codes (Phishing¹⁷). Les réseaux sociaux ne fournissent pas de garantie de cryptage spécifiques et donc la question de la sécurité est posée. Notons quand même que le mail, par exemple, n'est quasiment pas sécurisé pour aucune des transactions qui se font par milliards sur le Net chaque jour. Pour autant, le mail est un vecteur très fort d'informations confidentielles. Mais l'usage aidant, on considère que le danger est faible. Cette habitude ne s'est pas encore faite sur les réseaux.

Enfin (et à ce niveau la direction générale est plus impliquée dans la décision de fermer purement et simplement les réseaux sociaux en ligne) le réseau social est réputé pour avoir une mémoire d'éléphant et une capacité de dissémination rapide et puissante. Tout ce qui y est mis peut être repris, diffusé *ad nauseam*. C'est donc un point clé pour la confidentialité des données de l'entreprise. Toute fuite peut devenir un tsunami qui se déploie en externe. A l'image de quelqu'un qui prendrait un porte voix mondial pour expliquer la stratégie de l'entreprise ou des informations sur un nouveau produit. Il ne faut néanmoins pas surestimer ce risque, et même si les réseaux sociaux connaîtront des incidents de ce type, l'information ne sera pas systématiquement diffusée sans limite. C'est bien sûr une question d'expérience et de maîtrise des utilisateurs. Notons d'ailleurs que le mail est tout aussi dangereux en termes de capacité de diffusion.

Technologie non éprouvée

L'entreprise aujourd'hui n'est pas forcément le lieu de l'innovation des usages des outils informatiques. Aussi, devant l'imaturité de la technologie des réseaux sociaux, l'attitude est à la prudence. Il est vrai que le paysage est encore plutôt encombré d'acteurs aux offres différentes.

On trouve d'abord une pléthore d'acteurs qui fournissent certes un socle de réseau social commun, mais des fonctionnalités connexes encore différentes : applications tierces, moteur de recherche, micro-blogging, social bookmarking, live vidéo, etc... Que choisir ? L'attitude est donc de se hâter de ne rien faire et de laisser les usages du grand public donner le ton. Il sera alors plus aisé de choisir parmi les trois ou quatre réseaux sociaux restants. Cela sera à coup sûr moins onéreux que de réaliser un prototype en interne et de mobiliser l'intelligence collective de l'entreprise.

Ensuite, les réseaux sociaux véhiculent *de facto* la notion de partage entre individus et donc entre les applications de ces individus. D'où la nécessité d'une interopérabilité entre les différents systèmes. C'est un besoin encore plus important que celui qui dans le passé a concerné les applicatifs classiques (paye, comptabilité, gestion des stocks...) et qui a mis beaucoup de temps pour se connecter à l'extérieur de l'entreprise. Pour un réseau social cela doit être immédiat, sauf à perdre tout le bénéfice du système. Les grands acteurs ne s'y sont pas trompés et proposent des API (interfaces normalisées) qui regroupent certains réseaux. Mais les géants du domaine n'ont pas

¹⁷ Phishing : L'hameçonnage, appelé en anglais phishing, est une technique utilisée par des fraudeurs pour obtenir des renseignements personnels dans le but de perpétrer une usurpation d'identité. [Wikipedia](#).

réussi à ce jour à se mettre d'accord sur une norme commune. On retrouve par exemple OpenSocial d'un côté emmené par Google, et Facebook de l'autre. Il s'agit pour les entreprises du dilemme habituel : quel fournisseur choisir ? Les choses allant très vite sur le Net, la tentation est forte –là encore- de ne rien faire et d'attendre qu'un leader émerge.



Developers have to make tough choices between many different APIs.



OpenSocial enables developers to learn a single set of APIs and write applications that work in multiple places – minimizing work and maximizing distribution.

Enfin, les technologies utilisées par les systèmes de réseau social sont basées sur les nouvelles habitudes du Web. On retrouve toutes sortes de langages, parfois classiques comme Java ou C++, mais aussi plus jeune et moins “ coté ” comme PHP, Perl et enfin des nouveaux langages comme Ruby ou Python. Ne parlons pas des multiples “ Framework ” de développement qui les accompagnent. Et comme ces nouvelles technologies n’ont pas atteint leurs lettres de noblesse pour constituer le socle long terme de développement pour l’entreprise, elles constituent un troisième frein important à l’adoption.

La portée de cette objection est toutefois limitée par l’arrivée des nouvelles méthodes de développement, associées à ces nouveaux systèmes. Ces méthodes, qui sont basées sur une plus grande agilité, sur des cycles de développements courts et sur une proximité utilisateur/usage d’une part et technologie/développeur d’autre part permettent d’investir moins et de voir plus vite le retour sur investissement par l’usage.

Baisse de la productivité des employés

Le temps passé durant les heures de travail sur les réseaux sociaux semble relativement limité. Une étude publiée mi-décembre 2008 et menée par Vactures-References et Koppen fournit quelques chiffres : “ 2.900 travailleurs et plus de 250 responsables des ressources humaines ont été interrogés. Parmi eux, 46% des utilisateurs de Facebook/Netlog surfent effectivement sur ces sites pendant leurs heures de travail. Le temps consacré à ces réseaux sociaux est relativement limité: 82% des répondants déclarent y passer moins d'1/2 heure par jour. 14% surfent entre 30 et 60 minutes et 4% dépassent l'heure de surf sur les réseaux sociaux. ”¹⁸

Il n’empêche, même si les chiffres sont “ rassurants ”, l’idée selon laquelle les employés ne sont pas devant leurs écrans pour “ jouer ” est tenace. Et les détracteurs des réseaux sociaux y voient d’abord le temps perdu, sans regarder les gains potentiels, moins directs il est vrai. Il en a été de même pour le Net qui au début de sa pénétration en entreprise était décrié pour son incitation à “ surfer ”, nouveau mal moderne du cadre oisif accusé de passer son temps à baguenauder sur la toile. Aujourd’hui, dès qu’une information manque, dès qu’un doute surgit, le manager est le premier à déclarer “ regarde sur Internet ! ”. **Demain gageons qu’il dira “ Interroge ton réseau ! ” avec la même conviction qu’aujourd’hui il le vilipendie.**

¹⁸ Source : rtlinfo.be <http://www.rtlinfo.be/rtl/news/article/204927/>

Augmentation du turnover

Dans une économie où les ressources humaines sont rares et chères, le réseau social professionnel est une menace pour l'entreprise. On peut chasser ses talents directement en effectuant une recherche ciblée. Il suffit de taper " Directeur marketing " et le secteur cible pour retrouver rapidement des profils ad hoc. Il ne reste plus qu'à leur proposer un package approprié et tentant. Le réseau met en lumière et au grand jour les compétences au sein de l'entreprise.

Dans l'exemple ci-dessous, à la requête " société TOTAL ", plus de 4000 membres répondent. On peut choisir par région, par ville par fonction.

4 140 membres correspondent à votre recherche Modifier la recherche | Nouvelle recherche

TOTAL x France x

Français 4 140 Anglais 207 Espagnol 12 Allemand 3 Italien 3 Portugais 2

Suggestions
Marketing
Communication
Ingenieur
Petrole
Total

Secteur
Industrie 2 932
Conseils et Services 852
Finance 425
High Tech 414
Distribution 309

Fonction
Chef de projet 76
Ingenieur 63
Consultant 58
Stagiaire 36
Controleur de gestion 34

Région
Ile-de-France 2 413
Rhône-Alpes 325
Aquitaine 271
Provence-Alpes-Côte d'Azur 129
Midi-Pyrénées 109

Ville
Paris 1 297
Pau 156
Lyon 131
Toulouse 77

Devenez membre premium
Chef de service
Société de la Raffinerie de Dunkerque-Filiale d'EXXONMOBIL et TOTAL
Lycée Saint Remi
Lui écrire
Ajouter à mes contacts
Etre présenté

Devenez membre premium
Assistante Contrats
Total - Projet GEP17
Lui écrire
Ajouter à mes contacts
Etre présenté

Devenez membre premium
Responsable maintenance ingeneering bloc 17
TOTAL EP ANGOLA
2 contacts
Lui écrire
Ajouter à mes contacts

Dans la vie, on ne peut pas tout avoir
Cliquez pour choisir ce qu'il y a de plus important pour vous.
Commencer

En effectuant un filtrage sur la fonction (CHEF DE PROJET) et la région (RHONE ALPES). On obtient 22 résultats, candidats potentiels, futurs recrutés.

viadeo Recherche 360°
6 messages non lus

Accueil Recherche Jobs & Formations Mon profil Contacts Groupes

Personnes Anciens élèves Communautés Rapide Méorisée Profils consultés Profils taggés Blogs des Membres

22 membres correspondent à votre recherche

Je désire recevoir chaque semaine, par mail, les nouveaux résultats de cette recherche.

TOTAL x chef de projet x France x Rhône-Alpes x

Français 22

Suggestions
Chef de projet
Lyon
Marketing
Management
Account manager

Secteur
Industrie 16
Conseils et Services 7
Distribution 2
Immobilier, Bâtiment Travaux
Publics 2
Agroalimentaire et agriculture 1

Devenez membre premium
Chef de projet
P...t Organisation
Université Lyon 2 Lumiere | Pigier Esicad | Université Lyon 2 Lumiere | Lycée Charlie Chaplin

O

Le réseau social est un outil d'une puissance sans précédent pour connaître en profondeur les forces d'une entreprise. Véritables outils pour un "profiling"¹⁹ initial. Le risque est bien réel.

Néanmoins, évitons les conclusions hâtives : un salarié content de son travail n'est pas à priori un mercenaire en quête de mobilité permanente ... et d'autre part, est-il souhaitable de retenir par inertie un bon élément qui ne trouve pas sa place dans votre société ?

Décentralisation de la communication

Les entreprises sont des structures centralisées, et la communication extérieure fait partie des fonctions sous haute surveillance. Donner un part de voix aux salariés en matière de communication extérieure casse les usages et implique des filets de sécurité.

Non maîtrise des conséquences

Dernière raison pour lesquelles les entreprises freinent à l'utilisation : ces outils, s'ils ne sont pas maîtrisés, peuvent nuire au premier chef à l'utilisateur maladroit, même si par ricochet l'entreprise est souvent impactée.

A titre d'illustration, le site search-engine-feng-shui.com a donné avec humour quelques pistes d'utilisation des réseaux sociaux pour facilement "ruiner sa carrière"²⁰ :

- Confondre collègues et amis
- Devenir spammeur
- Multiplier les contacts à des inconnus
- Mentir, tout simplement
- Diffuser toutes les photos de vos soirées
- Faire la course aux recommandations
- Recommander tout le monde
- Se faire remarquer par la DSI

Rappelons aussi – car le Web peut avoir la mémoire courte – le cas de David Hirschmann dont la carrière a été (provisoirement) "grillée" suite à l'envoi d'un mail alors qu'il était encore à l'école et qui a fait le tour du monde.²¹

Ou plus récemment, le fameux Jérôme Kerviel qui a vu ses amis de Facebook disparaître comme neige au soleil le jour même où était annoncée l'affaire du même nom. Les réseaux peuvent être des révéléateurs ou des amplificateurs de problèmes.²²

Ou enfin, le cas récent arrivé à un employé de chez Michelin. Il avait, au sein d'un groupe (privé) dans un réseau social, affirmé des propos durs (mais pas diffamatoires) à l'encontre de son employeur pour y dénoncer les conditions de travail. Or, le réseau a ouvert certaines données... et la direction de Michelin s'est emparée des informations et a licencié l'internaute.²³

Comme le dit si bien le journaliste du 01-Net : " *Quoi qu'il en soit, cette affaire démontre qu'il faut tortiller sept fois ses doigts avant d'écrire ce qu'on pense de son employeur sur les sites de réseaux sociaux, sur son propre blog et sur Internet en général.* "

¹⁹ Profiling : expression utilisée par les RH pour la recherche de candidat occupant un poste similaire à celui qui doit être pourvu.

²⁰ Source : <http://www.search-engine-feng-shui.com/2008/12/reseaux-sociaux-comment-ruiner-sa-carriere-en-8-etapes%E2%80%A6/>

²¹ Source : hoaxbuster.com <http://www.hoaxbuster.com/dossiers/detail.php?idDossier=3191>

²² Source : ed-productions.com <http://www.ed-productions.com/leszed/index.php?identite-numerique-de-jerome-kerviel>

²³ Source : 01net.com <http://www.01net.com/editorial/399256/licencie-pour-avoir-critique-son-employeur-sur-internet>

Les opportunités pour les entreprises

Si ces alertes étaient nécessaires, elles ne doivent pas pour autant masquer les opportunités des réseaux sociaux pour les entreprises.

Ces réseaux sont en train de devenir les nouveaux carrefours de trafic. (Cf. statistiques partie 1). Or, qui dit trafic, dit consommateurs. Et qui dit consommateurs, dit nouveaux terrains d'opportunité pour les entreprises.

Promouvoir l'entreprise, des marques, ou des produits

Aujourd'hui, une société peut facilement réaliser un site Web pour promouvoir sa marque ou effectuer des ventes (e-Business). Elle peut ensuite acheter différents moyens pour faire venir des internautes sur ce site (par exemple avec les liens sponsorisés de la firme de Mountain View). Pour autant, cette relation est souvent statique, à dimension informative seulement et dans un seul sens : de la marque vers le consommateur.

Les réseaux sociaux offrent une nouvelle perspective de lien avec le consommateur. En proposant une approche de type " sociale ", la marque peut alors s'immerger dans le flux de connections entre les personnes et bénéficier de facto de la recommandation du bouche à oreille pour se déployer.

Car une information -prenons un événement co-organisé par une marque- peut alors être relayé sur les lieux virtuels où se retrouveront les " passionnés " de cet événement, qui alors va se propager très rapidement dès lors qu'il touche effectivement sa cible.

Exemple : Renault et le rugby. La firme au losange est engagée pour cinq ans comme partenaire national de la Fédération française de rugby (FFR) et du XV de France. Elle s'est alors lancé dans la création du site communautaire www.lafamilleRRRugby.com (les deux R ajoutés au mot rugby, qui signifient " Réseau Renault Rugby ").

Jean Benel (responsable de ce partenariat à la direction commerciale France de Renault) explique : " *Nous voulons que notre site devienne LE rendez-vous sur le web de tous les passionnés de rugby. Nous nous inscrivons en tant que supporter, pour aider les autres supporters du XV de France et du rugby en France. Ce site n'a aucune vocation commerciale* " ²⁴

Par rapport à la publicité classique, passer par un réseau social coûte infiniment moins cher, même si ce n'est pas une recette miracle ! Car il faut entrer dans la logique du réseau social. Il faut d'abord que ce message ou groupe constitué apporte une vraie valeur aux internautes. Ensuite, il faut doser de manière délicate la part commerciale, et la part non commerciale et participative afin que le mélange soit acceptable dans le Web.

Bref, il faut être utile.

Selon le Journal du Net : " *Il y a " une profusion de campagnes de faible qualité qui n'ont jamais décollé de là où on les avait mises. Le cimetière du Web est plein de campagnes virales. D'après Jupiter research, 15 % des campagnes virales atteindraient leurs objectifs. D'après Georges Mohammed-Cherif (Buzzman), qui a signé quelques unes des campagnes les plus virales de ces dernières années, il y a une dizaine de campagnes vraiment virales par an.* " ²⁵

²⁴ Source : societesdaelinformation.net http://www.societesdaelinformation.net/lettre/SDLI_54_dec08.pdf

²⁵ <http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/analyse/10-mythes-du-web-2-0/le-marketing-viral-ca-cartonne.shtml>

Mais au-delà de la simple publicité, la finalité porte sur la qualité de l'information délivrée, et sur l'adhésion à la marque. Sur Facebook, on ne compte plus les groupes de " Fans de la marque XXX " où on retrouve des centaines, et parfois des milliers d'utilisateurs qui se disent, par humour ou par sérieux proche d'une marque, généralement de grande consommation. Ce sont des lieux où s'expriment des sentiments et des affinités qui sont porteurs de grande valeur pour les marques. Attention néanmoins à ne pas tomber dans le piège de prendre le contrôle de ces espaces. C'est une attitude qui peut très vite se retourner contre la marque.

Enfin, les réseaux sont des espaces de discussions très ouverts. Et l'entreprise a en son sein des experts qui ont légitimité pour expliquer, entrer dans le débat. A nouveau, pour peu que ces interventions ne soient pas ostensiblement publicitaires, l'entreprise a là une opportunité de démontrer sa capacité à communiquer sur les sujets qui la concerne.

*" Récemment, par exemple, la Banque populaire a animé un hub - un espace d'échange et de discussions - sur Viadeo autour du financement de la création d'entreprise. Elle a fait intervenir ses experts pour répondre aux membres de Viadeo. Comme quoi la crise a aussi des effets positifs : elle oblige professionnels et entreprises à rivaliser d'imagination pour innover... avec toujours moins de moyens. "*²⁶

Tester auprès de panels larges

Abordons maintenant la problématique de tests consommateurs et plus généralement de remontée d'information des consommateurs. Jusqu'ici, une marque testait son produit avant/après le lancement, soit auprès de publics restreints lors de tests qualitatifs lourds, soit via des sondages d'opinions plus larges quand il s'agit d'enquêtes quantitatives. On le sait, ces enquêtes, pour autant qu'elles soient devenues de plus en plus fiables, dépendent parfois d'échantillons plutôt restreints et sont donc très sensibles à la qualité de ces derniers. En plus, elles coûtent très cher.

C'est un des points où le réseau peut apporter une aide précieuse pour les marques. Car sur un réseau social, les personnes s'expriment plus librement. Aussi, est-il possible d'organiser des campagnes de test auprès des groupes ad hoc afin de mener de manière rapide un test sur une question donnée, puis de recueillir les avis de tous.

Améliorer la gestion de la relation client

On pense souvent à la " grande conso ", pour juger de l'adaptation des réseaux sociaux à la communication avec les clients. Mais aujourd'hui, de plus en plus de business se fait dans une logique de proximité avec le client, sans compter la très grande dynamique des échanges inter-entreprise (B2B). Dans ce contexte de proximité, où chaque client compte, la communication sur les produits devient essentielle. Et le réseau social apporte une autre couleur à la palette de la GRC²⁷. En effet, elle permet d'instaurer une relation qui n'est pas fondée sur la demande client, qu'il faut servir, ni sur la communication de l'entreprise qu'il faut pousser ; elle se base sur l'échange et le partage des informations en mettant la communauté et les liens entre les utilisateurs, les producteurs concepteurs au centre.

Soyons précis : les outils de type réseaux sociaux, ne vont pas remplacer un système de gestion des commandes, de type SAV²⁸ ou retour utilisateur. Quand il faut un processus formel, normé et contractuel, une application de gestion reste bien sûr la seule garantie du bon déroulement de ce processus.

²⁶ Source : 01net.com <http://www.01net.com/editorial/400124/la-crise-dope-les-reseaux-sociaux-professionnels/>

²⁷ GRC : Gestion de la Relation Client (ou CRM Consumer Relation Management)

²⁸ SAV : Service Après Vente

Mais on sait que ces systèmes mis en place depuis quelques années ont rigidifié le fonctionnement et la communication au sein de l'entreprise comme le lien avec le client. D'où le besoin d'avoir d'autres espaces de dialogues avec les clients plus agiles, et tourné vers une coopération sans barrière.

Il est clair aussi que ces outils et ces méthodes s'accompagnent d'un état d'esprit qui va aussi avec un certain type de clientèle. L'effet générationnel y est très fort comme l'est aussi le fait qu'il existe déjà ou non des communautés structurées sur le sujet. Un réseau social dédié au high-tech sera plus dynamique que la vente de crochets pour tricoter des napperons ... Mais gardons nous tout jugement. L'évolution actuelle montre que tous les âges sont montés dans le train Web2.0. S'il y a une fracture, elle se situe plutôt au niveau des revenus, qui conditionnent l'accès au haut débit.

Améliorer la gestion des réseaux internes

Les entreprises sont de facto des réseaux sociaux préexistants. Ils ont leurs dynamiques propres, et on sait combien il est difficile de réduire à des "boîtes" et des organigrammes le fonctionnement d'une entreprise. Aussi, la logique du réseau social est totalement adaptée aux besoins de gestion de cette communication interne.

Il y a donc un intérêt pour l'entreprise à se doter en interne d'un réseau social propriétaire et sécurisé, afin de regrouper tous ses employés (au sens de l'entreprise étendue de préférence) sur un même système. On voit arriver depuis quelques années des offres dédiées à ce besoin grandissant. Citons par exemple BlueKiwi, Yoolink, Jamespot²⁹ ou encore Opentext.

L'approche réseau social dans l'entreprise apporte de nombreuses possibilités. Il s'agit bien sûr de faciliter la communication avec les autres. C'est déjà le cas avec le courriel aujourd'hui. La grande différence réside dans la capacité du réseau à trouver une personne sur un sujet donné par les liens qu'il tisse dans le réseau : ses lectures, les groupes auquel il est abonné, les collègues auxquels il est connecté, etc...

Ensuite, le réseau social permet de visualiser les domaines de compétences de chacun au sein de l'entreprise, et ce non pas au niveau "macro" (c'est-à-dire organisationnel), mais au niveau "micro" (au niveau des tâches). " Sur quels projets est-il ? " ; " Quels sont les questions qu'il se pose ? " ; " Quelles sources utilise-t-il ? " etc...

Et ce qui confère à l'approche réseau social un " plus " décisif, c'est aussi sa capacité de décentraliser la gestion. Pas besoin de gérer les données, des droits des utilisateurs, ... Un réseau social " vit " et se développe tout seul. Cela permet d'obtenir des gains de productivité et de gestion importants.

Comme le dit Olivier Réaud, consultant chez Inprincipo " *Quel rôle jouent les réseaux sociaux ? Ils créent des communautés sur lesquelles nous pouvons nous appuyer. Un site comme Facebook se propage tout seul. Les personnes qui sont abonnées ont envie de partager avec d'autres. C'est cette dynamique, cet esprit dont il faut s'inspirer pour l'entreprise. Dans une équipe projets, il faut créer les conditions pour que les gens imaginent ensemble, co-élaborent un même projet, même s'ils n'appartiennent pas à la même division de l'entreprise.* " ³⁰

Autre élément important, la sérendipité³¹ et l'ouverture que ces outils promeuvent. La complexité des projets actuels nécessite des organisations sans cesse renouvelées. Or

²⁹ Fondé par Alain Garnier

³⁰ Source : societesdainformation.net http://www.societesdainformation.net/lettre/SDLI_54_dec08.pdf

³¹ La sérendipité caractérise une démarche qui consiste à trouver quelque chose d'intéressant de façon imprévue, en cherchant autre chose, voire rien de particulier.

organiser une entreprise est une tâche lourde et compliquée. Le réseau social, et les applications qui sont pensées dans cette logique permettent de construire des liens et des organisations par le bas et donc à coût quasi nul pour une efficacité maximale en terme d'organisation locale.

Carlos Diaz, fondateur de BlueKiwi Software ne dit pas autre chose quand il explique :
“ *L'intranet est un outil de communication hiérarchique du haut vers le bas, qui crée des liens entre des pages, des documents, pas entre les personnes. Créer des réseaux sociaux, c'est créer des liens entre les individus.* ”

La promotion des individus, quels que soient leur place dans la hiérarchie, la production de valeur et de connaissances, est facilitée par les réseaux sociaux. C'est tout un travail de réorganisation de la valeur perçue et communiquée qui doit accompagner la mise en place d'un réseau social.

Bien sur, les ressorts de la promotion sont différents :

“ *Mais comment inciter les gens à partager ? Il faut jouer sur ce que nous appelons “ l'égo altruisme ”. Celui qui partage est plus visible dans l'entreprise. Il montre à quel point il est important, il se distingue.* ”³²

La nouvelle dimension qu'apportent les réseaux sociaux en entreprise est une réponse à la problématique clé des entreprises : faire face à l'explosion de l'information non structurée : documents, web, mails, etc. Car elle permet de décentraliser et donc d'absorber les coûts inhérents à cette croissance en fournissant aux individus les outils pour capter, collecter, stocker, diffuser et rechercher ces informations, mais non plus tout seuls comme avec un moteur de recherche mais avec les autres membres de l'entreprise.

Améliorer le recrutement

Les réseaux sociaux professionnels grands publics comme Viadeo ou LinkedIn sont avant tout des plates-formes sociales pour suivre et gérer sa carrière, que l'on soit en recherche d'emploi ou en activité. Il est donc naturel que les entreprises utilisent ce vivier et cette demande latente pour recruter.

Déjà aujourd'hui, ces réseaux sont peuplés de nombreux consultants RH et autres chasseurs de têtes qui s'y connectent afin d'avoir un lien avec les employés (et employeurs) et ainsi un début d'approche de recrutement ou de chasse.

“ *En 2008, il faut bien le dire, les réseaux sociaux ont beaucoup fait parler d'eux, mais dans la pratique, leur utilisation ne s'est pas encore généralisée. Eh bien 2009 pourrait bien changer la donne. La crise devrait, en effet, leur donner un sérieux coup de pouce. Tous observent depuis quelques mois, une progression importante de leurs adhérents. De l'ordre de 20 à 30 % depuis octobre chez Viadeo.* ”³³

C'est donc une opportunité forte que d'avoir dans certain secteur une base de données qui regroupe la plupart des employés susceptibles d'être sur un poste.

“ *Les entreprises qui ne se mettent pas aux réseaux sociaux auront des problèmes de recrutement.* “ *Selon le cabinet d'analystes Gartner, il est important que les organisations prennent conscience du fait que les logiciels et les réseaux sociaux modifient le paysage du recrutement, et qu'elles doivent adapter en conséquence leur politique d'engagement et de sélection. Gartner prétend que les entreprises qui ne*

³² Source : societesdainformation.net http://www.societesdainformation.net/lettre/SDLI_54_dec08.pdf

³³ Source : 01net.com <http://www.01net.com/editorial/400124/la-crise-dope-les-reseaux-sociaux-professionnels/>

redorent pas leur blason, éprouveront en 2011 des difficultés à attirer du nouveau talent. ”³⁴

Mais attention, le réseau social permet tout au plus de déceler les bons potentiels. Reste l'alchimie entre le candidat et l'entreprise qui recrute, alchimie qui reste un passage difficile pour lequel le réseau n'apporte aucune aide significative.

L'influence des usages privés sur la sphère professionnelle

Si, au début de l'informatique, la découverte du microordinateur et des logiciels s'est faite très généralement sur le lieu de travail, c'est aujourd'hui "à la maison" que l'on teste et utilise tout une série de "softs" novateurs, très utiles, et souvent gratuits. Ce sont ces mêmes outils que l'on entend pouvoir utiliser dans son cadre professionnels.

Un recrutement se fait de plus en plus sur la capacité d'un salarié à impulser des nouvelles techniques, promouvoir de nouveaux outils web, et à mobiliser son réseau relationnel ... bref à apporter à l'entreprise son propre "système d'information" (compris au sens large). Le salarié ramène dans l'entreprise son "Système d'Information" (SI IN) à son embauche, et l'emporte à son départ (SI OUT). Ce nouveau paradigme "SI IN / SI OUT" devra être de plus en plus intégré par les ressources humaines.

Incursion dans le champ politique

Si cette étude veut se cantonner au champ professionnel, il n'est pas inintéressant de faire une incursion dans le champ du politique. Pour cela, nous laissons la parole à Benoît Thieulin organisateur de la campagne de Ségolène Royal lors des primaires du Parti Socialiste, et fondateur de la société Netscouade :

" Cela devait bien finir par arriver. Le réseau, en développant les relations horizontales de pair à pair, a ébranlé les bases du pouvoir pyramidal.

A la campagne classique, l'équipe Obama a rajouté une couche réseau social. Sa force ? La capacité d'organiser de façon décentralisée. " C'est sûrement une des premières fois où on réussit à faire travailler ensemble des millions de personnes, sans avoir un système de commandement comme celui de l'armée rouge ".

Ce n'est pas un hasard si le site mybarackobama.com a été développé. Le citoyen des États-Unis soutien du candidat démocrate pouvait ainsi donner un coup de main à son rythme : une demi-journée à tuer ? Une connexion sur le site Web, un coup d'oeil sur ce que font les militants du coin et en moins de temps qu'il ne faut pour le dire, le militant se connecte et part distribuer des tracts dans les deux ou trois rues de son voisinage ou plus loin.

Pas envie de distribuer des tracts ? Qu'importe, notre sympathisant pouvait trouver en ligne des listes de personnes à appeler pour les inviter à une réunion publique ou pour récolter des fonds... Sans parler des mini tableaux de bord qui donnait à chaque militant des indications sur les résultats de ses actions – ou celles de son voisin... " Les démocrates ont montré que chacun pouvait militer en fonction de sa disponibilité. Obama a renouvelé le profil des militants. Avec les Tic, le ticket d'entrée a été fortement abaissé ", commente B. Thieulin. ”³⁵

³⁴ Source : datanews.be <http://www.datanews.be/fr/news/90-62-21618/l-image-de-l-entreprise-influencee-par-les-reseaux-sociaux.html>

³⁵ Source : societesdelinformation.net http://www.societesdelinformation.net/lettre/SDLI_54_dec08.pdf

L'UMP n'est pas en reste. Une société spécialisée dans ces aspects collaboratifs a été choisie pour réorienter le site internet du parti, et inventer les outils d'un réseau communautaire.

L'impact de la crise

Alors que cette étude touche à son terme, nous ne pouvions pas ne pas aborder la crise actuelle.

Même si cette crise doit certainement avoir un impact sur ces outils -qui ne sont pas encore rentables- on peut estimer que leur présence dans le paysage de l'internet ne sera pas remise en cause. Un article daté du 22 décembre 2008 édité par itrmanager.com met l'accent sur les difficultés qui attendent cette jeune industrie : “ *Le ralentissement économique associé aux nombreuses incertitudes quant à la rentabilité des modèles économiques frappe de plein fouet le développement des sites de "réseautage social", mieux connu ici sous l'appellation social networking. Malgré l'extraordinaire engouement des internautes pour ces sites (près de 140 millions de visiteurs uniques se sont rendus sur Facebook en juin 2008), c'est l'ensemble de cette jeune industrie des réseaux sociaux qui pourrait s'écrouler.*

Plusieurs de ces entreprises ont récemment dû revoir leurs ambitions de développement à la baisse. Ainsi, le troisième site de réseautage social au monde, HI5 (prononcez High Five) a annoncé en octobre dernier une réduction d'effectif de 10 à 15%. En novembre, c'était au tour des réseaux sociaux professionnels LinkedIn et Jive d'annoncer des diminutions d'effectifs de respectivement 10% et 40%, ... ”³⁶

“ Le risque majeur aujourd'hui est lié au fait que la valeur de ces sites de réseautage social est principalement fondée sur des spéculations boursières, chacun misant sur une augmentation exponentielle du nombre d'utilisateurs dans l'attente de l'émergence d'un modèle économique rentable. Les investisseurs étant plus que jamais prudent en cette période de fragilité des marchés, la croissance des réseaux sociaux est désormais compromise, érodant de ce fait la valeur de ces entreprises sur les marchés. ”³⁷

Comment ne pas faire l'analogie entre la bulle Internet de l'an 2000 et cet engouement (on n'ose pas dire “ bulle ”) autour du web 2.0, dont les sites de réseautage social sont un des acteurs forts. Tout le monde y pense. Et tant qu'il n'y aura pas l'émergence d'un modèle économique viable et d'entreprises rentables, cette crainte restera dans les esprits. Mais paradoxalement, le ralentissement économique actuel pourrait bien avoir l'effet vertueux de laisser au web 2.0 le temps de trouver sa raison d'être économique.

Conclusion

L'impact des réseaux sociaux est si profond que de nombreux outils en ligne ont fait leur les fonctionnalités sociales qu'ils proposent.

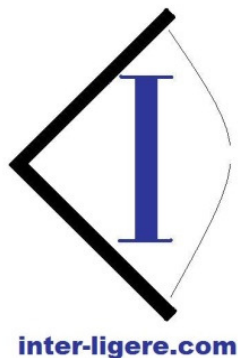
Pour n'en citer qu'un –et non des moindres- Windows Live Messenger 2009 a pris ce chemin. En effet, il facilite le partage d'images, d'activités et de renseignements entre contacts. Il permet le partage de contacts issus d'autres réseaux sociaux. Les années à venir seront en réseaux, ou ne seront pas !

Jérôme Bondu

Alain Garnier

³⁶ Source : itrmanager.com <http://www.itrmanager.com/articles/85646/raison-etre-economique-reseaux-sociaux-bulle-web-2-0.html>

³⁷ Source : techno-science.net <http://www.techno-science.net/?onglet=news&news=6124>



Jamespot
Intelligence. Daily.

Inter-Ligere

Inter-Ligere est un cabinet spécialisé en :

- veille commerciale, veille image et veille concurrentielle,
- études, formations, conseil en organisation de système d'intelligence économique,
- cartographies décisionnelles.

Pour recevoir la newsletter Inter-Ligere et les invitations aux conférences :
inscription@inter-ligere.net

42, rue de Lagny 93100 Montreuil
Tél : 0975 345 436
Mail : jeromebondu@inter-ligere.net
Blog : <http://www.inter-ligere.net>
Site : <http://www.inter-ligere.com>

Jamespot

Jamespot est une société spécialisée dans l'approche numérique. Elle se compose de Jamespot.com, le service grand public de partage d'information en réseau social ; Jamespot.pro, la solution en SAAS pour les entreprises ; et 27TerWeb l'agence Web qui accompagne des clients comme BDO, MediP, GrosBill, M6, et RadioFrance.

29 rue des Chantereines 93100 Montreuil
Tel : 0148581801
Mail info@jamespot.com
<http://www.jamespot.pro>