

## Les nouvelles stratégies des entreprises

*En dix ans, Internet s'est imposé dans les vies et les entreprises. Jusqu'à devenir aujourd'hui un outil stratégique.*

**I**nternet, autoroute de l'information. La métaphore est belle, mais a de quoi inquiéter. En dix ans, depuis sa « démocratisation » au début des années 2000, Internet n'a cessé d'évoluer, rapidement, jusqu'à prendre une place dans nos vies personnelles et professionnelles. Pour grandir, Internet a passé des caps : d'abord un outil militaire de communication, puis une plate-forme d'échanges et d'informations. Voilà que l'on parle depuis un an d'Internet 2.0. « *C'est l'époque des blogs, des forums et des réseaux socio-professionnels* » témoigne Pascal Blachier, intervenant à l'Université de Savoie et animateur du club Business 73, accessible sur le site Viadéo. Cette évolution qui place désormais l'homme et son environnement au cœur d'Internet peut interpeller : où se situe la barrière du réel et du virtuel ? « *Le numérique a pris beaucoup de place* » souligne Pascal Blachier. Se faire connaître Les nouveaux enjeux d'Internet et de ses réseaux. » Tel était le thème des rencontres organisées par le Critt (Centre régional d'innovation et de transfert technologique) de la Savoie. Professionnels de l'outil Internet et chefs d'entreprises qui ont

misé sur le web pour développer leur notoriété ont débattu. Pour un constat étonnant : « *Les réseaux socioprofessionnels ne sont pas nouveaux* » insiste Pascal Blachier. Depuis 1997, Internet est passé des blogs, aux sites de partage (Myspace. . .) jusqu'à aujourd'hui les Face-book, Twitter ou autres Viadéo. « *En six clics, affirme Pascal Blachier, on peut trouver quelqu'un sur Internet* ». Mais aujourd'hui, les « *RSP* » sont devenus bien plus qu'un site de partage. Ils sont le miroir de notre vie et un média à part entière, car ils diffusent un message, le notre. Le nouvel Internet : favoriser les rencontres. Et pas n'importe lesquelles : les rencontres professionnelles. A ce petit jeu, les réseaux socioprofessionnels ont un rôle majeur pour les entreprises : dans la recherche (d'un client, d'un collaborateur ou d'une prestation), dans le message (communication sur un produit, un service. . .) et dans l'échange (par l'intermédiaire de messages laissés sur des forums de discussion). Une stratégie qui facilite aussi la promotion personnelle. « *Se faire connaître, c'est aussi possible grâce aux RSP* » note Pascal

Blachier. La légende du DRH Mettre son CV et ses lettres motivation sur Internet pour être visible de tous ? Une tactique qui comporte ses atouts et ses inconvénients. L'essentiel étant, selon le président de club Business 73, de contrôler ses messages : « *Trop s'afficher peut être dangereux* ». Et l'on reparle de la légende du directeur des ressources des humaines qui espionne vos soirées et vos écarts grâce aux photos volées publiées sur Facebook. . . L'autre inconvénient des « *RSP* » : « *On peut se créer une vie virtuelle* » affirme Pascal Blachier. Au-delà de la promotion personnelle, les entreprises utilisent aussi le web pour se faire connaître. Et certaines d'entre elles ont trouvé une niche : utiliser les plate-formes Internet pour favoriser les rencontres. En Savoie, l'exemple vient de la société Planet Innov. Créée en 2009 par Catherine Jean, cette petite entreprise basée à Savoie Technolac mise sur le réseau des entreprises. « *Il ne s'agit pas seulement de faire rencontrer des entreprises, assure Catherine Jean, mais aussi d'échanger sur des compétences* ». En clair : le concept de Planet Innov n'est pas de développer un réseau d'amis, mais de

créer un réseau professionnel pour « **trouver le bon interlocuteur** » en matière d'innovation et de créativité. « **Si une entreprise a un besoin, elle peut obtenir des réponses rapides** » présente la directrice. Une idée qui favorise les échanges et qui a déjà trouvé ses adeptes : Savoie Technolac, ESC Chambéry. . . Autre exemple, celui du projet Eureos. Le principe : mettre en lien des entreprises spécialistes du domaine de la haute-tension. Une filiale qui a largement trouvé son public. « **Des sociétés font appel à d'autres en échangeant des documents, des informations. Cela favorise le développement commercial de ces entreprises en leur rendant un service clé en main** » explique Jérôme Chambard, gérant du projet. Les réseaux socio-professionnels se développent donc rapidement. En plaçant l'Homme au coeur de leur utilisation, ils permettent de tout connaître sur tout (six clics suffisent), mais aussi de gagner en efficacité et en réactivité. Sur ce dernier point, le développement technologique des téléphones portables va accélérer ce processus. Demain, le portable sera l'outil principal de travail. Pour preuve, ils étaient nombreux à la conférence du Critt, à répondre à leurs mails grâce à leur i-phone. AXEL R E BECQ Pour aller plus loin : [www.critt-savoie.fr](http://www.critt-savoie.fr) [www.planetinnov.com](http://www.planetinnov.com) Et demain, tous « **consom'acteur** » ! ®Et si les « **RSP** » devaient encore évoluer ? Le principe du web 2.0, une plate-forme interactive, a déjà renforcé la place de l'homme sur Internet. Mais « **Internet évoluera encore** » assure Pascal Blachier, les réseaux socio-professionnels aussi. . . Si aujourd'hui

il est possible de faire sa pub, de rechercher quelqu'un ou des compétences sur des réseaux tels que Facebook ou Viadeo, des sites spécialisés dans les réseaux sociaux ont mis sur une autre notion des « **RSP** » : la consom'action. Le principe : les échanges interactifs. Une version améliorée des forums où l'on donnait son avis et discutait sur tout. Des entreprises ont exploité le principe de l'échange interactif pour faire du business. « Avec les « **RSP** », l'internaute est devenu « **consom'acteur** » affirme Yvan Michel, directeur d'Ecovibio. Cette société parisienne, invitée par le Critt Savoie, propose sur son site Internet, des rencontres entre professionnels et particuliers sur l'éco-habitat. Une opportunité pour monsieur et madame tout le monde d'avoir des astuces sur les produits et les sociétés et pour les entreprises du secteur de faire leur pub et d'avoir des retours de consommateurs. La notion de « **consom'acteur** » va même plus loin, grâce au site [www.donnetonavis.fr](http://www.donnetonavis.fr), où les internautes peuvent donner leur opinion sur des sujets aussi divers que variés. Le principe de « **consom'action** » a donc trouvé son public et certainement son modèle économique. Les réseaux socio-professionnels ont un bel avenir devant eux. En savoir plus : [www.ecovibio.fr](http://www.ecovibio.fr) [www.donnetonavis.fr](http://www.donnetonavis.fr)