



THÈME 2 | Numérique et intelligence collective

QUESTION DE GESTION 5 | Comment le partage de l'information contribue-t-il à l'émergence d'une « Intelligence collective » ?

Chapitre 9

La contribution du numérique au fonctionnement de l'organisation

NOTIONS

- ▶ Applications et usages du numérique dans les organisations : e-communication, partage de l'information, collaboration, communautés en ligne et réseaux sociaux.
- ▶ Intelligence artificielle et automatisation de tâches organisationnelles.

CAPACITÉS

- ▶ Se situer dans un environnement numérique (rôles, droits, responsabilités).
- ▶ Comprendre la variété des usages et des impacts.
- ▶ Contribuer à l'architecture numérique globale de l'organisation.

Synthèse rédigée

Depuis le début du XXI^e siècle, le numérique et les outils qui l'accompagnent ne cessent d'évoluer, bouleversant le fonctionnement des organisations. Dans un monde où la compétitivité prédomine sur les marchés, le numérique peut devenir un atout au service des organisations. L'intelligence collective, qui prend appui sur le numérique, permet à l'organisation d'accumuler des connaissances et de l'information. La communication externe des organisations devient plus efficace en optimisant le ciblage des clients grâce au développement des communautés en ligne et des réseaux sociaux.

1. Comment le numérique contribue-t-il au développement de l'intelligence collective ?

A. Les services de partage de la connaissance

Le numérique permet de partager les connaissances (au sens d'appropriation et d'interprétation des informations) entre les acteurs internes (salariés, managers, etc.) et externes (clients, partenaires) de l'organisation.

Dans les organisations, la connaissance correspond au capital de compétences que détiennent les hommes et les femmes dans différents domaines professionnels (par exemple le marketing, la recherche-développement, l'ingénierie, la production, la logistique, l'approvisionnement, le commercial, le juridique, etc.). Elle constitue ce que l'entreprise nomme son « cœur de métier » (comme « l'acheminement et la distribution de courrier » pour La Poste). Ces compétences doivent être gérées, capitalisées et partagées pour améliorer l'efficacité globale de l'organisation.

Des outils collaboratifs permettent le partage des connaissances au sein des organisations. Internet et Intranet facilitent la collaboration, avec les agendas partagés (par exemple Doodle), les messageries instantanées (par exemple Gmail ou Twitter) ou les plateformes collaboratives (le RERS de la Poste est un intranet qui permet de recenser des connaissances au profit des collaborateurs).

Ces services de partage de connaissance permettent de développer de l'intelligence collective par la constitution d'équipes pluridisciplinaires qui intègrent les diverses intelligences individuelles. Ils contribuent à l'apprentissage et à la collaboration des salariés.

B. Les services de partage de l'information

Le numérique permet de partager l'information (au sens de donnée contextualisée), au même titre que les connaissances, entre les acteurs internes et externes de l'organisation.

Dans les organisations, l'information est un renseignement élémentaire, transmis et conservé grâce à un support (papier ou numérique). L'information est l'instrument de la communication externe et interne de l'organisation. Elle peut prendre différentes formes ; elle peut être comptable, financière ou commerciale.

Le développement du numérique a permis d'améliorer la circulation de l'information entre les différents acteurs. Dans l'organisation, l'avènement de l'intranet et les architectures en réseau intégrant des logiciels facilitent le travail collectif des salariés. Sur le plan externe, Internet et le développement des plateformes collaboratives permettent de mieux communiquer avec les clients. De nouveaux services destinés aux clients peuvent être mis en place pour améliorer le partage de l'information (la solution Digiposte de La Poste permet ainsi aux clients de conserver ou d'échanger des documents numériques, ce qui simplifie leur gestion d'informations). L'échange de données informatisées (EDI) se développe, notamment entre producteur et distributeur.

Ces services de partage de l'information permettent de développer de l'intelligence collective car ils mettent en relation plusieurs acteurs, internes et externes, qui peuvent ainsi collaborer à l'aide du numérique.

C. Intelligence artificielle et automatisation de tâches organisationnelles

Le numérique est aussi à l'origine du développement de l'intelligence artificielle, qui vise à reproduire certains processus de l'intelligence humaine pour effectuer des tâches opérationnelles dans les organisations. Ces tâches sont très souvent automatisées.

L'automatisation consiste à les faire exécuter par des machines fonctionnant sans intervention humaine. Elle permet aux organisations de réduire leurs coûts de fonctionnement, mais également de gagner du temps en étant plus réactive sur les marchés.

D. Rôles, droits et responsabilités dans un environnement numérique

Le numérique produit de l'information. Cette information est une donnée stratégique pour les organisations. Afin de limiter les risques de diffusion de l'information à des tiers, la perte ou la destruction des informations, les membres de l'organisation ont une responsabilité dans l'utilisation du numérique. Les informations doivent être sécurisées (accès protégés, anti-virus à jour...).

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) veille au respect de la sécurité des données des acteurs internes, comme les salariés, et des acteurs externes, comme les clients et les usagers.

2. En quoi le numérique optimise-t-il la communication externe de l'organisation ?

A. La e-communication

La e-communication, ou communication en ligne est une forme de communication utilisant les différents canaux existant sur Internet pour communiquer et interagir, afin de relayer un message adapté à un public cible. L'objectif de la e-communication est :

- d'accroître la visibilité d'un bien ou service auprès des clients (La Poste a ainsi innové récemment en proposant à ses clients la lettre recommandée en ligne) ;
- de renforcer l'image de marque d'un produit ou d'un service d'une organisation (La Poste propose le courrier connecté webkey, qui permet à ses clients professionnels de mettre en place des opérations de marketing direct).

B. Communauté en ligne et réseaux sociaux

Une communauté en ligne est un groupe de personnes qui communiquent par l'intermédiaire de courriels, d'Internet – en particulier via des forums –, pour des raisons professionnelles, sociales, éducatives ou autres. Le mot « en ligne » signifie qu'il ne s'agit pas de communication en face à face. Certaines communautés sont purement virtuelles, d'autres se prolongent dans la réalité : le Web permet de gérer des plannings, organiser des réunions, transmettre des informations.

Aujourd'hui de nombreuses organisations développent des communautés en ligne : elles sont l'occasion de discussions constructives permettant d'optimiser les échanges et d'échanger des avis. Ces espaces en ligne permettent de développer une forme d'intelligence collective, accélérant la recherche de solutions, d'idées, de réponses, de projets (La Poste a par exemple créé une communauté virtuelle gérée par un avatar, Lisalaposte, afin de répondre aux attentes des clients, développer la proximité client et limiter les insatisfactions).

Les réseaux sociaux sont des applications en ligne qui se fondent sur la philosophie et la technologie du net. Ils permettent la création et l'échange du contenu généré par les utilisateurs.

Les réseaux sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration. Par le biais de ces moyens de communication sociale, des individus ou des groupes d'individus créent ensemble du contenu web, l'organisent, l'indexent, le modifient ou le commentent, le combinent avec des créations personnelles. Les réseaux sociaux comme Twitter, Facebook, Youtube, Instagram... sont aujourd'hui des média au service de la communication des organisations (La Poste communique de plus en plus à travers les réseaux sociaux comme Viadéo, Twitter...).

Les communautés en ligne ou les réseaux sociaux constituent un risque pour les usagers. Il est important pour eux de connaître les droits et responsabilités auxquels ils s'exposent afin de limiter ces risques.