



Powell Software

DIGITAL WORKPLACE PULSE

PREMIÈRE ÉDITION

Une publication de Powell Software.



Les tendances de la
communication
interne en 2024

L'impact de l'IA
sur le travail

MARS 2024

NUMÉRO 1

CE NUMÉRO



<u>Tendances à suivre dans la communication interne en 2024</u>	04
<u>Entretien avec SAFRAN : Naviguer dans le paysage en évolution de la communication interne</u>	12
<u>Sopra Steria : De l'éclatement des équipes à un écosystème unifié</u>	18
<u>La Poste : Repenser la com interne à l'ère du digital</u>	24
<u>L'impact de l'IA sur le travail</u>	32
<u>La Métropole de Toulouse : De perdus dans le labyrinthe à connectés et engagés</u>	40
<u>Engagement, collaboration, communication - l'avenir du travail vu par Lecko</u>	44
<u>Les Powell Intranet Awards récompensent l'excellence de l'intranet</u>	50

EDITO

Un message d'Esther Daga, CMO chez Powell Software, à notre fidèle écosystème, nos clients et partenaires.

Attachez vos ceintures, communicateurs et agents de changement, car 2024 promet une évolution rapide dans l'écosystème de la Digital Workplace. Alors que la technologie remodèle notre paysage professionnel, nous nous trouvons à un carrefour critique - un point de convergence où la connexion humaine, la communication stratégique et les outils innovants détiennent les clés de la réussite.



"Ne craignons pas la révolution numérique en cours. Saisissons ses opportunités pour combler les écarts, susciter l'inspiration et exprimer notre vision pour façonner un environnement de travail prospère. Ne nous contentons pas de survivre face à ces innovations, mais cherchons plutôt à nous épanouir grâce à elles."

Dans cette première édition du magazine Powell Software, embarquons avec enthousiasme dans ce monde en ébullition pour vous fournir des éclairages et des conseils essentiels afin de naviguer dans les méandres de l'évolution du travail. Explorez avec nous les tendances qui sculptent la communication interne en 2024 : de l'utilisation de l'intelligence artificielle pour approfondir l'engagement à la création de récits captivants qui abolissent les frontières entre le virtuel et le réel.

Mais notre exploration ne s'arrête pas là. Plongeons dans l'impact de l'IA sur nos expériences de travail quotidiennes, en scrutant son potentiel pour simplifier les tâches et les questions éthiques qui en découlent. Laissez-vous inspirer par les récits inspirants d'entreprises réelles qui embrassent la transformation numérique, démontrant comment elles connectent leurs équipes, augmentent la productivité et alimentent l'innovation.

Que vous soyez un expert en communication aguerri, un leader naviguant dans les eaux tumultueuses du changement, ou simplement curieux de l'avenir du travail, ce magazine vous convie à participer à la conversation. Ensemble, explorons ces nouveaux horizons, échangeons des idées, apprenons les uns des autres et découvrons les meilleures stratégies pour prospérer dans ce paysage numérique en perpétuelle évolution.

Prêt à embarquer pour cette aventure ? Tournez la page et que l'exploration commence !

A handwritten signature in black ink that reads "Esther Daga". The script is fluid and cursive, with a large initial 'E'.

CMO Powell Software



TENDANCES À SUIVRE DANS LA COMMUNICATION INTERNE EN 2024



Tendance n°1 : L'intelligence artificielle (IA) au service de la communication interne

Contenu hyper-personnalisé :

Les responsables de la communication peuvent exploiter l'IA pour analyser les préférences, les comportements et les modèles de communication des employés, facilitant ainsi la création de contenus sur mesure qui trouvent un écho profond auprès de divers publics.

Ce niveau de personnalisation garantit que chaque message est percutant, favorisant ainsi un engagement accru et un sentiment de connexion parmi les employés.

Création de contenu :

L'IA ouvre un monde de possibilités, permettant aux équipes de communication de générer de nouveaux contenus facilement et dans des formats innovants. Les algorithmes d'IA aideront à conceptualiser, rédiger et même peaufiner le contenu à travers différents supports.

En utilisant l'IA pour trier d'énormes quantités de données, les responsables de la communication peuvent découvrir des informations, tendances et thèmes précieux, permettant ainsi la génération de contenus adaptés et captivants qui attirent et engagent efficacement les employés.

Cette relation symbiotique entre les responsables de la communication et l'IA est destinée à redéfinir la création de contenu, offrant une voie passionnante pour élaborer des messages percutants et pertinents transformant le métier de la communication interne pour laisser plus de place à la créativité et à la réflexion des communicants.



L'intégration de l'IA dans les communications internes redéfinira la manière dont les entreprises interagissent, impliquent et autonomisent leurs équipes en 2024 et au-delà.



Tendance n°2 : L'essor de la communication vidéo

Préparez-vous à l'explosion de la communication vidéo tout au long de 2024.

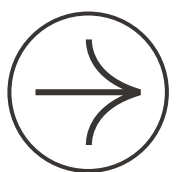
Le contenu vidéo est destiné à devenir l'acteur majeur de 2024, redéfinissant la manière dont les entreprises partagent leurs messages. Ce changement marque un tournant vers un contenu captivant et accrocheur, fournissant efficacement des informations.



Adopter cette tendance ne fera pas qu'accroître l'engagement des employés ; vous tisserez des liens plus étroits entre les membres de votre équipe, où qu'ils se trouvent.

La communication vidéo n'est pas seulement une tendance ; c'est un outil puissant pour améliorer la communication interne. L'ajout de contenu vidéo à votre workplace numérique en fera un centre attrayant de connexion et de productivité.

Les entreprises qui adoptent la communication vidéo sont en tête pour encourager le travail d'équipe, la transparence et une culture du travail unie.



Tendance n°3 : L'expérience du salarié au cœur de la communication interne

En 2024, préparez-vous à une transformation où l'expérience du salarié prendra une place centrale dans les stratégies de communication interne. Il s'agit de se concentrer sur ce dont les employés ont vraiment besoin et aspirent à réaliser, tout en veillant à ce que leur bien-être reste une priorité absolue.

Cette attention particulière portée au parcours de l'employé n'est pas seulement une tendance ; c'est un véritable changement de paradigme. Adapter les efforts de communication pour améliorer l'expérience globale de l'employé sera l'ingrédient secret pour cultiver une main-d'œuvre motivée et animée par un sentiment de but commun.

Imaginez un lieu de travail débordant de positivité, où la collaboration se fait sans effort et où la culture d'entreprise est une force magnétique qui maintient tout le monde uni.

Cependant, il ne s'agit pas seulement des aspects positifs ; il existe des coûts cachés liés à une mauvaise communication au travail.



La mauvaise communication engendre la confusion et la démotivation. Pour y remédier, la communication interne doit intégrer la transparence, l'écoute active et un dialogue ouvert.





Tendance n°4 : La communication mobile et le travail à distance

Le travail à distance persiste, propulsant la communication mobile au premier plan des stratégies internes. Les entreprises se préparent, investissant massivement dans des plateformes pensées pour les mobiles, et se munissant d'outils innovants conçus pour combler les lacunes entre les équipes géographiquement dispersées.

Il ne s'agit pas seulement de s'adapter au travail à distance, mais de s'y épanouir. Il s'agit de faire tomber les barrières et de veiller à ce que la communication reste aussi fluide et efficace que si tout le monde se trouvait dans la même pièce.

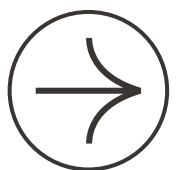
Imaginez un scénario dans lequel un membre de l'équipe qui se trouve à des kilomètres de chez vous peut collaborer en temps réel, en apportant des idées nouvelles au brainstorming d'un projet, tout cela grâce à la commodité de son smartphone ou de sa tablette. C'est la puissance de la communication mobile en action.

Dans les environnements distants, des outils comme SharePoint pour la communication interne deviennent les étoiles directrices. Ils ouvrent la voie à un écosystème numérique où les documents, les mises à jour et les conversations circulent sans effort, garantissant que chaque employé, peu importe son emplacement, reste dans la boucle.

Il s'agit de bien plus que de commodité ; il s'agit de favoriser un sentiment d'unité malgré les distances physiques. La vision, les objectifs et la culture de l'entreprise deviennent des fils reliant un réseau de travailleurs distants à travers SharePoint et des plateformes similaires.



Il ne s'agit pas seulement de travailler à distance ; il s'agit de prospérer ensemble, de briser les barrières de la physicalité et de devenir une force unifiée.



Tendance n°5 : L'inclusivité et la diversité dans la communication interne

Dans l'année à venir, valoriser l'inclusivité et la diversité au sein de notre communication interne est essentiel. Il s'agit de garantir que la voix de chacun, quelle que soit son origine ou sa perspective, soit entendue et célébrée.

Les entreprises mettent à juste titre cet aspect en lumière, lui accordant l'attention qu'il mérite. En agissant ainsi, elles veillent à ce que la communication s'adresse à chaque membre de l'équipe, faisant en sorte que chaque personne se sente valorisée et respectée.

Imaginez un lieu de travail où différentes idées, expériences et points de vue se rencontrent, créant plus d'émulation, un mélange de créativité et d'innovation. C'est là le pouvoir de l'inclusivité. Il ne s'agit pas seulement de répondre à des critères de diversité ; il s'agit de créer un environnement où chacun se sent à sa place, où ses pensées comptent et où il peut réellement s'épanouir et surtout s'engager.

Cependant, il ne s'agit pas seulement d'un facteur de bien-être. Il s'agit également d'une question de pragmatisme et de vision ! Lorsqu'une entreprise promeut l'inclusivité, elle devient un foyer d'idées nouvelles, de perspectives variées et de solutions qui s'adressent à un public plus large. Cette diversité de pensée se traduit par une innovation et une résolution des problèmes qui ont une portée et un impact considérables.

Les entreprises explorent de nouvelles façons d'améliorer la communication interne pour tirer pleinement parti du potentiel de l'inclusivité et de la diversité. Elles favorisent les dialogues ouverts, encouragent les retours d'information de tous les côtés, fournissant ainsi des plateformes qui amplifient les voix qui étaient autrefois en arrière-plan. Il s'agit de créer une culture où chacun se sent à l'aise de partager ses pensées, sachant qu'elles seront valorisées et prises en compte.



Cette approche rassemble tout le monde autour de la table et garantit que chaque voix apporte une contribution unique, créant ainsi une toile de fond de travail variée, dynamique et résiliente.



Tendance n°6 : La sécurité dans la communication interne

Avec plus d'e-mails envoyés, de fichiers partagés et de discussions en ligne, la protection de notre communication devient primordiale. Ainsi, dans l'année à venir, les entreprises redoublent d'efforts pour renforcer la protection de leurs échanges internes.

Le plan d'action ? Des investissements importants sont dirigés vers le resserrement de la forteresse numérique. Le chiffrement des données devient le bouclier indispensable afin de rendre les messages et les données illisibles aux regards indiscrets.

Mais cela ne s'arrête pas là. Les entreprises se tournent également vers des plateformes sécurisées, pour créer des environnements virtuels protégés où les conversations ont lieu derrière des murs numériques fortifiés.

Et ce n'est pas tout : des programmes de formation complets sont également prévus. Il s'agit d'armer les employés avec les connaissances nécessaires pour identifier les risques potentiels, en veillant à ce qu'ils soient la première ligne de défense contre les menaces cybernétiques.

Pourquoi tant d'agitation autour de la sécurité, vous demandez-vous ? Eh bien, il ne s'agit pas seulement de protéger les informations sensibles de l'entreprise (bien que cela soit crucial). Il s'agit également de favoriser la confiance au sein des équipes. Lorsque les employés savent que leurs interactions numériques sont protégées et sécurisées, cela engendre un sentiment de confiance et d'assurance. Et c'est là le fondement d'un environnement de travail sain.

C'est pourquoi tant d'organisations s'appuient sur des plates-formes de confiance comme Microsoft 365. Des outils comme Microsoft Teams pour la communication interne disposent de fonctionnalités conçues pour garantir des conversations chiffrées et un partage de fichiers protégé.

Les tendances en communication interne en 2024 sont bien plus que de simples prévisions ; ce sont des occasions de remodeler les lieux de travail.



Le Petit Plus : Idées fraîches et tendances émergentes

N°1 Prioriser le bien-être : La santé mentale est au premier plan

Le travail peut être exigeant, et les entreprises en prennent conscience. Le bien-être des employés gagne en importance, avec des initiatives telles que des outils de gestion du stress, des aménagements de travail flexibles et la promotion de conversations ouvertes sur la santé mentale. La communication interne est cruciale pour promouvoir ces initiatives et favoriser un environnement de travail favorable et compréhensif.

N°2 Décisions fondées sur les données : Mesurer ce qui compte

L'époque où les stratégies de communication reposaient sur des hypothèses est révolue. Les équipes d'aujourd'hui s'appuient sur des données et des analyses pour évaluer l'efficacité de leurs efforts. Cela leur permet de comprendre le sentiment des employés, d'identifier les domaines à améliorer et d'affiner continuellement leur approche.

N°3 Tisser des liens à l'ère numérique : le team-building virtuel

Avec une main-d'œuvre de plus en plus dispersée, favoriser la connexion et la collaboration devient encore plus crucial. Les entreprises adoptent des activités et des événements de team-building virtuels. Des escape rooms aux soirées de jeux en ligne, ces initiatives stimulent le moral, combattent l'isolement et renforcent les relations de travail solides à travers les frontières géographiques.

N°4 La gamification: rendre l'apprentissage amusant et engageant

Vous souvenez-vous de l'excitation de gagner des badges et des récompenses dans vos jeux préférés ? Les entreprises intègrent des éléments de gamification similaires dans les initiatives d'apprentissage et de communication. Cela rend la formation et le partage de connaissances plus engageants et mémorables pour les employés, favorisant une meilleure rétention des connaissances et alimentant une culture d'apprentissage continu.



La communication interne en 2024 est personnalisée, axée sur les données et centrée sur la promotion du bien-être, de la connexion et d'une culture d'apprentissage continu.

SAFRAN

ENTRETIEN AVEC SAFRAN :
NAVIGUER DANS LE PAYSAGE EN
ÉVOLUTION DE LA
COMMUNICATION INTERNE

PENELOPE RAULT

01 BEATE LIPPOLD

02



Pénélope RAULT
Directrice de Communication Interne Digitale,
SAFRAN



Beate Lippold
Directrice de Communication Digitale,
SAFRAN

Dans un monde du travail de plus en plus digitalisé et dispersé géographiquement, la communication interne est devenue un enjeu crucial pour les entreprises. Powell Software s'est entretenu avec Penelope Rault et Beate Lippold, experts en communication interne chez SAFRAN, groupe international de haute technologie et d'innovation. Cet entretien explore les évolutions de la communication interne, les défis à relever et les stratégies à mettre en place pour favoriser l'engagement des collaborateurs.

Quelles sont selon vous les grandes évolutions de la communication interne ?



La communication interne est de plus en plus centrée sur les collaborateurs pour faire découvrir leurs métiers, leurs activités afin de développer de la proximité entre le lecteur et les collaborateurs et ainsi créer de l'engagement. Il existe ainsi un équilibre plus visible entre la voix des dirigeants et celle des salariés.

Les supports ont clairement évolué vers les solutions digitales délaissant les magazines papiers et augmentant ainsi les possibilités d'interactivité pour donner la voix aux utilisateurs (likes, commentaires, partage de contenus). Le lecteur devient acteur du contenu. Les plateformes intranet doivent proposer davantage de fonctionnalités de gamification pour favoriser l'engagement.

La communication interne s'appuie de plus en plus sur des campagnes multi-canal mariant le portail intranet, les newsletters, les réseaux sociaux internes, mais aussi externes en support de l'Employee advocacy, les espaces collaboratifs, l'affichage dynamique, les apps mobiles...).

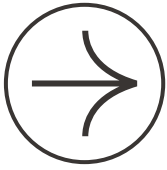
Comme pour la communication externe, il y a aussi un besoin croissant de donner la voix aux collaborateurs influenceurs et la possibilité de les « suivre ». Les codes du gaming et des réseaux sociaux s'imposent désormais pour une communication interne efficace.



“Côté contribution, l'intelligence artificielle viendra aider à la production des contenus écrits (traduction, résumés) ou des visuels (photos, vidéos) pour plus d'efficacité et de créativité.”

Penelope RAULT
Directrice de Communication Interne Digitale,
SAFRAN





Quels défis identifiez-vous en matière de communication interne ?

Il y a deux grandes problématiques intimement liées au tout digital : la multiplicité des canaux digitaux avec leurs formats de contenu propres et l'inclusion des front liners qui n'ont pas tous une identité numérique ni d'appareil d'entreprise.

La multiplicité des supports digitaux pose quatre problèmes : la multi-contribution, l'infobésité, la déshumanisation, le management et l'analyse de la data.

J'entends par multi-contribution le fait de produire un même contenu ou message pour le publier sur différents supports. Une solution technique comme des plateformes dites 'headless' est pour nous intéressante à explorer. Il s'agit de produire un contenu une seule fois et ensuite de le pousser sur les différents canaux dans le format adéquat.

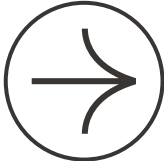
Mais, on peut aussi parler de multi-contribution quand il s'agit de plusieurs contributeurs différents. Dans cette situation, la solution n'est pas de l'ordre technique mais organisationnelle. Il faut mettre en place des comités éditoriaux inter-métiers, ce que nous avons commencé à initier chez Safran au niveau du Groupe.

L'infobésité est en partie une conséquence de la multiplicité des supports mais, aussi de la communication à tout-va sans hiérarchisation ou priorisation. Là aussi une meilleure coordination entre tous les contributeurs s'impose, mais la technologie devrait permettre un meilleur ciblage. Nous attendons beaucoup d'un éditeur de solution intranet pour qu'il améliore le système d'abonnement à des thématiques, du push de contenu en fonction du profil de l'utilisateur, de ce qu'il consulte de préférence, de son comportement de consultation de l'intranet.

Attention également à ne pas faire de la communication digitale l'unique manière de s'adresser aux salariés. Aux moments des temps forts ou de grands changements, il est important d'aller auprès des collaborateurs pour les sensibiliser, les rassurer et créer des vrais liens humains.

Enfin, vient le temps d'analyser l'impact de nos communications. Le grand défi est de pouvoir traquer notre audience, son comportement et son engagement par campagne ou thématique et ceci tout canal confondu. Si on se concentre sur l'intranet, nous comptons sur l'éditeur de mettre à notre disposition un maximum de données exportable vers des datalakes et des dashboards filtrables par des attributs des visiteurs et des contenus et fonctionnalités. C'est essentiel pour adapter nos communications et aussi améliorer l'expérience utilisateur.

La manière la plus simple de traiter la deuxième grande problématique, qui est l'inclusion de tous les collaborateurs de l'entreprise, est de fournir une identité numérique, un minimum d'outils et un device à tous les salariés. C'est la stratégie à moyen terme, mais en attendant, nous sommes preneurs de toute proposition technologique venant de l'éditeur de l'intranet pour trouver une solution intermédiaire qui est RGPD compliant et acceptable en termes de SSI.



Comment s'appuyer sur les plateformes sociales pour renforcer l'engagement des employés ?

La possibilité d'utiliser des plateformes sociales "dernier cri" participe déjà aux différents facteurs d'engagement car, les collaborateurs retrouvent en interne des usages auxquels ils sont habitués à titre personnel et qui ne nécessitent pas de formation.

Néanmoins, la mise en place d'une plate-forme sociale dans l'entreprise nécessite un plan d'adoption qui cible d'une part des champions qui engageront à leur tour les autres utilisateurs et d'autre part, un système de feedback et d'indicateurs pour mesurer l'engagement régulièrement. Il existe en général de très nombreux outils en interne et il peut être difficile de se repérer dans l'écosystème digital qu'on soit déjà dans l'entreprise ou que l'on soit nouvel arrivant.

L'idéal serait de pouvoir présenter aux nouveaux arrivants les différentes plate-formes à leur disposition en leur montrant qu'elles les connectent directement à la réalité de l'entreprise, aux contenus à leur disposition pour comprendre l'entreprise, et à leurs collègues qui peuvent les orienter et accompagner.

De plus, les champions - animateurs des communautés ou des réseaux - doivent bien préparer les sujets, leur tonalité éditoriale et le rythme pour qu'ils soient attractifs et "engageants" (organisation de challenges, sujets RSE à traiter sur un mode interactif et ludique...).



Quel est l'impact de l'IA sur la communication interne ?

Nous sommes encore au début de différentes expérimentations pour produire des informations à partir de réunions enregistrées (compte-rendu, plan d'action), de plusieurs textes pour réaliser un article synthétique, pour réaliser des visuels ou des vidéos.

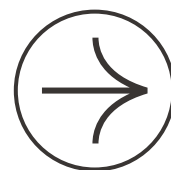
On peut difficilement faire des conclusions aujourd'hui même si l'on perçoit un potentiel d'utilisation très puissant dans le domaine éditorial.

À ce stade, tout comme l'IA peut accompagner les contributeurs d'un intranet par exemple pour préparer le contenu à publier, on pourrait imaginer mettre l'IA au service des collaborateurs pour se repérer dans le foisonnement des contenus à la fois les informations publiées, les documents de référence ou collaboratif.

Comment la communication interne peut-elle promouvoir les initiatives de diversité, équité, inclusion & durabilité ?

Les changements de culture et de point de vue s'élaborent dans le temps. Certaines crises peuvent permettre des prises de conscience à un instant, mais pour qu'un changement s'ancre dans les comportements et les valeurs il faut travailler avec le temps.

La communication pour l'engagement sur les sujets de RSE doit être adaptée à la région ou aux pays où les actions sont menées. Le principe de courtes campagnes régulières pour célébrer les succès permet de communiquer sur les valeurs et des actions concrètes. Le changement global passe sans doute par la valorisation de résultats locaux.





Quels conseils pour aider les entreprises à optimiser l'impact de leur stratégie de communication interne ?

C'est une question d'équilibre entre le profilage et la personnalisation, entre la communication top-down et les partages en réseau, entre le corporate et l'information plus locale.



Il est important de connaître les collaborateurs pour leur offrir des contenus liés à leur entité de rattachement, leur société, leur établissement, leur pays. Ils se reconnaissent dans les contenus qui leur sont proposés.

Nous avons par exemple créé sur notre intranet une page destinée à présenter le Groupe, ses enjeux stratégiques, son organisation, mais les collaborateurs profitent aussi d'une page entièrement liée à la vie sur leur établissement. Les intranauts peuvent aussi s'abonner à des contenus et gérer leurs favoris. En termes de personnalisation on devrait aller le plus loin possible pour lui offrir l'expérience la plus pertinente.

Un dispositif est performant non pas uniquement parce qu'il utilise telle ou telle fonctionnalité mais parce qu'il est adapté aux collaborateurs auxquels on s'adresse et qu'il s'intègre bien dans leur espace de travail. L'idéal est de s'adresser à lui là où il est. Il faut donc penser à la fois multi-canal (intranet, mobile, réseau social interne, push-mail, événementiel interne, écrans télé sur les sites, ...) et variété dans les formats (articles, brèves, newsletter, post, micro news, portrait, interview vidéo...) pour toucher un maximum de collaborateurs.

Les usages évoluent constamment, les dispositifs de communication interne doivent donc s'adapter de manière agile aux nouveaux besoins des collaborateurs. On doit donc régulièrement prendre la température auprès d'eux par des grandes enquêtes ou des mini-sondages et leur donner la possibilité d'exprimer leur opinion à tout moment.



SOPRA STERIA

DE L'ÉCLATEMENT DES ÉQUIPES À
UN ÉCOSYSTÈME UNIFIÉ : LE
PARCOURS DE TRANSFORMATION
NUMÉRIQUE DE SOPRA STERIA

MATTHIEU SILBERMANN

01 ERIC RENAUD

02



Matthieu Silbermann
Directeur des Produits, Powell Software



Eric Renaud
Directeur Digital Workplace et Réseaux Sociaux,
Sopra Steria

Une organisation mondiale avec des équipes diverses dispersées à travers les continents se heurte souvent à des défis de collaboration et de communication. C'est le cas de Sopra Steria, un cabinet de conseil technologique de premier plan. Confrontés à cette tâche intimidante, ils n'ont pas seulement envisagé une solution ; ils ont révolutionné leur espace de travail numérique avec Powell Software, réalisant des résultats remarquables.

Eric Renaud, un expert aguerri chez Sopra Steria, partage son expérience dans cette interview exclusive. Il décrit leur parcours, les défis rencontrés et l'impact de Powell Intranet sur leur organisation.

La nécessité de changement:

La présence multinationale de Sopra Steria exigeait une infrastructure numérique unifiée. Ils avaient besoin d'une solution qui pouvait :

Comblent le fossé entre les équipes :
Favoriser une collaboration fluide entre des lieux diversifiés.

Simplifier les flux de travail :
Optimiser les processus et accroître l'efficacité.

Exploiter la puissance d'Office 365 :
Tirez parti de son immense potentiel de manière efficace

C'est là qu'intervient Powell Software !

Powell Intranet est devenu le maillon manquant dans leur puzzle. Basé sur Office 365, il offrait une interface facile d'utilisation et une intégration sans faille. Cela a transformé les fonctionnalités d'Office 365 en un écosystème numérique cohérent accessible à tous.

Un projet qui rencontre des défis et succès :

La migration n'a pas été facile. Le transfert du contenu existant vers SharePoint Online a pris deux ans, mettant à l'épreuve la résilience de l'équipe. Mais la collaboration et la détermination inébranlable ont ouvert la voie au succès.

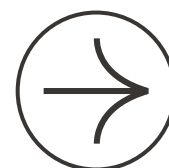


sopra
steria



“Pour Sopra Steria, l'adoption de Powell Intranet a été une véritable révolution. Des taux d'utilisation accrus et une satisfaction des employés plus élevée à un nouveau sentiment de communauté et de collaboration, les avantages étaient tangibles, quantifiables et profondément transformateurs.”

Eric Renaud
Directeur Digital Workplace et Réseaux Sociaux, Sopra Steria



L'impact:

Les résultats parlent d'eux-mêmes !

Augmentation des taux d'utilisation :

Les employés s'engagent activement sur la plateforme.

Amélioration de la satisfaction des employés :

La collaboration et la communication se sont développées.

Sentiment de communauté renforcé :

Une main-d'œuvre plus connectée et engagée a émergé.

Perspectives d'avenir :

Le parcours de Sopra Steria se poursuit. Ils continuent d'innover et de s'adapter aux évolutions en utilisant la collaboration numérique comme leur principe directeur.

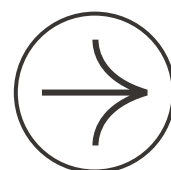
Leur parcours souligne l'importance cruciale de dénicher la solution idéale, adaptée à ses besoins, et de collaborer avec efficacité

Pour les responsables des ressources humaines, de la communication interne et de l'informatique cherchant à libérer le pouvoir de la collaboration numérique, l'expérience de Sopra Steria offre des idées précieuses et de l'inspiration.



"Le chemin vers l'excellence numérique est loin d'être terminé, mais avec l'innovation comme notre guide et la collaboration comme notre fondement, nous sommes prêts à relever tous les défis qui se présentent."

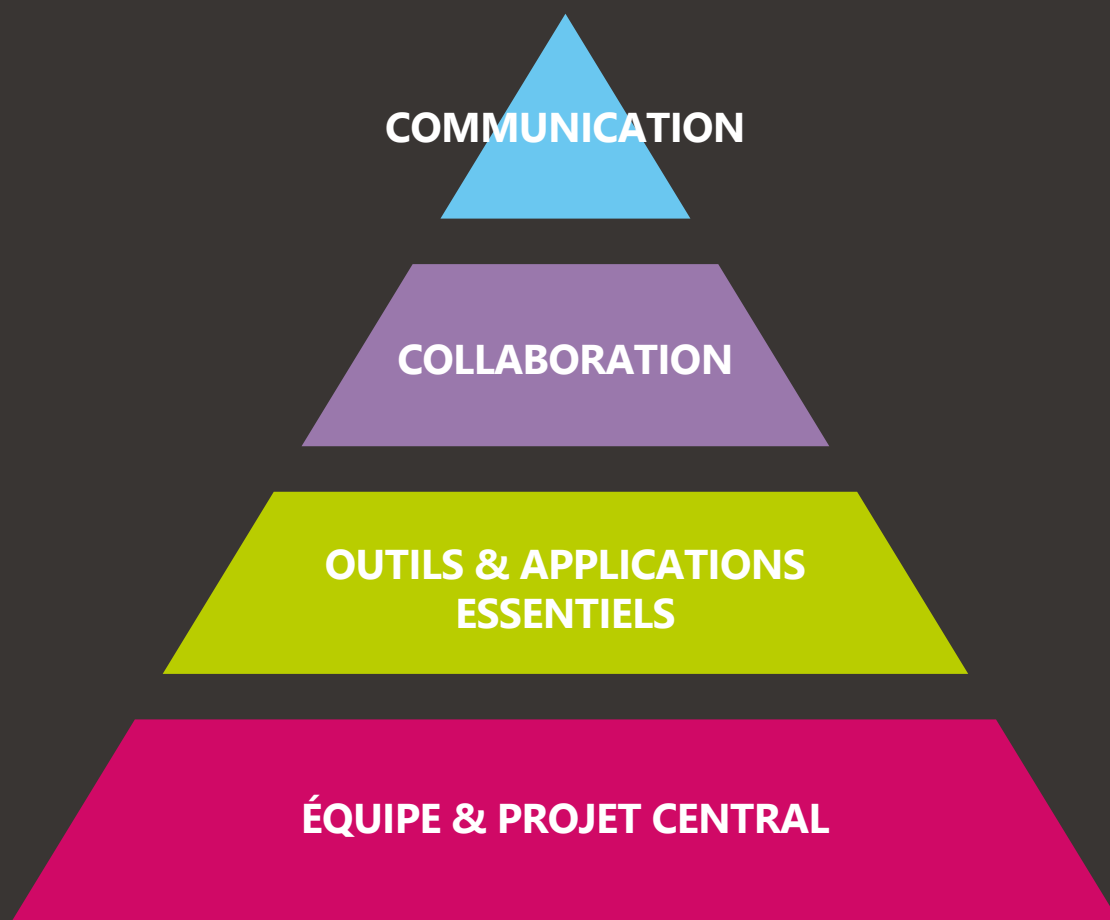
Matthieu Silbermann
Chief Product Officer, Powell Software



SOPRA STERIA

COMMENT SOPRA STERIA A PRIORISÉ
LES BESOINS DES EMPLOYÉS EN
UTILISANT LA HIÉRARCHIE DES
BESOINS DE MASLOW

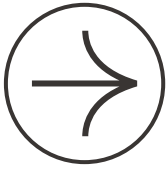
Eric Renaud
Digital Workplace & Social Network Director, Sopra
Steria



“Vous souvenez-vous de cette pyramide de besoins vue en cours de psychologie ? La hiérarchie des besoins de Maslow. Chez Sopra Steria, nous utilisons un concept similaire pour organiser notre portail employé !

Au lieu de besoins de base tels que la nourriture et le logement, notre pyramide met l'accent sur ce qui importe le plus à nos employés lorsqu'ils utilisent le portail. Cela nous aide à prioriser les fonctionnalités et le placement des informations.”





La base : équipe et projet central

“Tout comme les individus recherchent un sentiment d'appartenance et de but, nos employés souhaitent en priorité un accès facilité à leurs équipes, projets et informations. Cela comprend des éléments tels que les calendriers d'équipe, les documents de projet et les outils de collaboration. Ils ont besoin de ces informations rapidement et de manière pratique pour être productifs.”

En support : outils et applications indispensables

“Ensuite, arrivent les outils indispensables à chacun pour avancer dans ses tâches. Pensez aux applications d'entreprise, aux outils de reporting et aux catalogues d'applications. Ces outils sont essentiels et nous veillons à ce qu'ils soient facilement accessibles à tous les employés.”

La communication : adaptée à votre emplacement

“Les gens sont naturellement curieux de ce qui se passe dans leur environnement. C'est pourquoi, en matière de communication, nous mettons d'abord en avant les actualités locales. Cela englobe les nouvelles concernant votre site spécifique, les événements à venir, et même des choses amusantes telles que les Foods Trucks ! Nous utilisons des outils comme Yammer pour faciliter la diffusion de ces informations locales.”

Au-delà de l'essentiel : des besoins de communication élargis

Bien sûr, il y a aussi la communication d'entreprise à prendre en compte. Nous utilisons des outils comme SharePoint pour diffuser les actualités et les annonces traditionnelles, mais celles-ci sont positionnées plus bas sur la pyramide car elles s'adressent à un public plus large.

L'ingrédient secret : placer les besoins en premier

En comprenant et en priorisant les besoins des employés grâce à notre pyramide unique inspirée de Maslow, nous avons pu créer un portail très adopté et prisé. Cette approche centrée sur l'utilisateur est la clé de toute démarche de gestion de portail réussie, et cela pourrait sembler surprenant pour certains communicateurs, mais cela fonctionne !

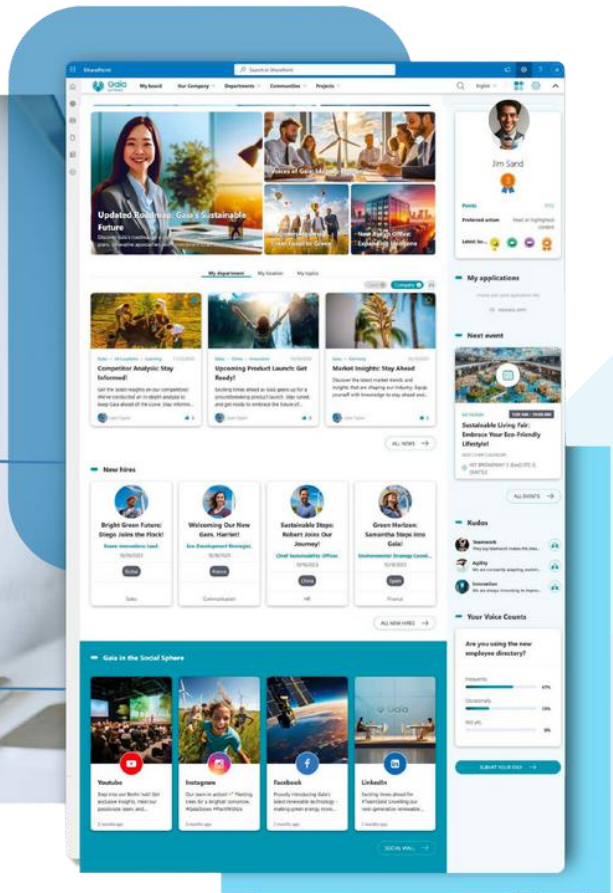
Lorsque vous pensez à votre portail, n'oubliez pas : l'essentiel est de répondre avant tout aux besoins de vos employés. En agissant ainsi, vous pouvez créer un outil puissant qui renforce véritablement votre main-d'œuvre.



Powell Software

Connectez vos employés grâce à notre intranet primé.

Powell Intranet est plus qu'une plateforme ; c'est un chemin vers des connexions plus solides au sein de votre organisation, le tout nativement intégré au sein de Microsoft 365.



[Découvrez-en plus sur powell-software.com.](http://powell-software.com)

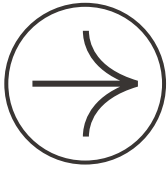
LA POSTE : REPENSER LA COM INTERNE À L'ÈRE DU DIGITAL

Défis du digital, équipes dispersées... La Poste partage ses solutions pour une communication interne performante et engageante.



Découvrez comment La Poste s'attaque aux défis de la communication interne à l'ère du digital et des équipes dispersées. L'entreprise partage ses stratégies pour favoriser l'engagement des collaborateurs, lutter contre l'infobésité et construire une culture d'entreprise solide.

Répondant : Grégoire Perelman
Responsable Digital Workplace, Le Groupe La Poste



Quelles sont les tendances actuelles de la communication interne et ses développements futurs ?

“L’information et la communication ne sont plus l’apanage des directions de la communication.

En effet, l’information et la communication sont de plus en plus éparées dans l’entreprise avec les usages des messagerie mail, des réseaux sociaux internes et des outils tels que Teams par exemple. Elle peut même être externe avec les réseaux sociaux publics et les messageries du type WhatsApp.



De ce fait l’intranet institutionnel de l’entreprise connaît beaucoup de concurrence, tout en étant un référent, et c’est un paradoxe, dans l’éventuelle cacophonie qui pourrait résulter de tous ces canaux d’informations.

Les utilisateurs sont un peu perdus dans ce supermarché de l’information et ne savent pas tous comment gérer correctement leur consultation.

La tendance forte, c’est l’autonomisation des directions fonctionnelles pour gérer leur communication et le partage de leur information. Parfois, modèle de maturité, les directions de la communication les accompagnent et les aide à monter en compétence. Pour assurer un peu de cohérence vis-à-vis des lecteurs. ”

“L’état actuel, dans les grandes entreprises, de la communication interne, c’est une possible cacophonie et une hyperabondance de l’information. Sans concertation et sans dispositifs adaptés à ces nouvelles tendance, le lecteur sera vite en saturation ou en rejet complet.”

Grégoire Perelman
Responsable Digital Workplace, Le Groupe La Poste



Trois démarches devront être mises en œuvre pour palier cette situation délicate :

N°1

La montée en compétences et en capacité d'analyses de la gestion de l'information et de la communication de toutes les directions fonctionnelles

N°2

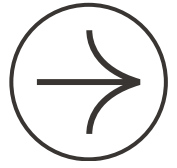
La responsabilisation des collaborateurs vis-à-vis de leurs consultations et apprentissages

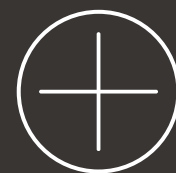
N°3

La mise en œuvre de solutions techniques qui facilitent les deux démarches exposées précédemment."



Quels sont les principaux challenges en communication interne et les stratégies numériques, notamment pour les équipes distantes ?





Les entreprises sont face à plusieurs défis.

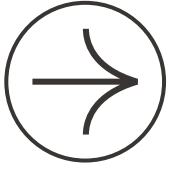
Le premier qui est de gagner en réactivité par une gestion efficace des flux d'information. Au bon moment, à la bonne personne, dans le bon format.

Le deuxième qui est de protéger les collaborateurs d'une hyperabondance de services et d'informations digitales.

Ensuite, il y a la problématique de la sécurité des données pour les partager à bon escient et sans risques. La gestion du travail à distance implique de gérer numériquement les dispositifs d'appartenance, souvent liés à de la sociabilisation, de l'émotion, de la reconnaissance, de la fierté.

Ces éléments doivent être fréquents, même s'ils ne sont pas systématiquement conséquents. Ils existent déjà, mais leur présence doit encore se renforcer du fait de l'importance de ces positions de travail de plus en plus hybrides.

Enfin, l'accélération de la concurrence et de la vitesse de mutation des marchés obligent à ouvrir les canaux internes à la gestion d'informations externes, probablement sous forme de veille, pour ne pas isoler ou enfermer les collaborateurs.



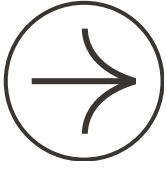
Quel rôle l'intelligence artificielle et l'automatisation joueront-elles dans la communication interne?

Dans un premier cas d'usages, face à la surcharge d'information les capacités des IA génératives de synthétiser des réponses à des questions va modifier notre rapport à l'information. Le collaborateur devrait pouvoir passer d'un dispositif en deux étapes qui le voyait rechercher une information dans un premier temps, pour répondre à une interrogation dans un deuxième temps, à un dispositif direct de questionnement qui appelle une réponse.

L'autre proposition de valeur que pourrait générer les dispositifs d'IA serait le ciblage de l'information. L'analyse du comportement de chacun des collaborateurs, sur le dispositif d'information, aidé de son profil, pourrait amener un système à proposer des contenus plus ciblés et adaptés au profil de chacun.

Enfin, la rédaction pourrait être assistée par les nouveaux services d'IA Génératives.





Comment utilisez-vous la technologie pour personnaliser et rendre pertinente la communication interne pour divers segments d'employés ?

C'est le fantasme de toutes les directions d'entreprise que de vouloir garantir (rendre obligatoire) la consultation d'informations, qu'elles soient institutionnelles ou opérationnelles.

L'obligation semble en 2024 être de moins en moins pertinente vis-à-vis des collaborateurs. Il faut donc être pertinent et intéressant. Toute sélection, mise en forme, d'une information, doit être réfléchi à l'aune du collaborateur, afin qu'il décide de la consulter.

Le mouvement de concentration, pour facilitation de consultation, des informations dans des espaces moins nombreux, génère trois principes :

N°1

Moins d'information

N°2

Ensuite, des informations de qualité qui apporte un bénéfice réel au lecteur

N°3

Enfin une coordination des émetteurs pour respecter les deux premiers principes

Nos collaborateurs sont nos clients et ils peuvent décider de ne plus se rendre dans nos espaces.



Reconnu par des analystes réputés

lecko

Leader de la transformation interne 2024



Plateforme intranet et de l'expérience employé 2024

Gartner[®]

2023 Gartner[®] Magic Quadrant[™] pour les Solutions
Intranet Packaged

Gartner ne cautionne aucun fournisseur, produit ou service présenté dans ses publications de recherche et ne conseille pas aux utilisateurs de technologie de ne choisir que les fournisseurs ayant la meilleure note ou une autre désignation. Les publications de recherche du Gartner sont constituées des opinions de l'organisme de recherche du Gartner et ne doivent pas être interprétées comme des déclarations de fait. Gartner décline toute garantie, expresse ou implicite, concernant cette recherche, y compris toute garantie de qualité marchande ou d'adéquation à un usage particulier.

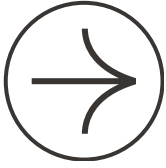
L'IMPACT DE L'IA SUR LE TRAVAIL

Quel est l'avenir du monde du travail dans le sillage de l'intelligence artificielle ?



L'intelligence artificielle (IA) change radicalement notre manière de travailler. Il ne s'agit pas seulement d'accomplir les tâches plus rapidement ; il s'agit de libérer du temps pour les individus afin qu'ils se concentrent sur des tâches nécessitant des compétences humaines, telles que la compréhension des émotions, la réflexion critique et la créativité. L'IA aide en prenant en charge les tâches répétitives, nous permettant ainsi de consacrer plus d'énergie aux aspects nécessitant nos compétences uniques.

L'IA n'est pas seulement un moyen d'économiser du temps ; c'est aussi un outil puissant pour gérer l'information. Elle nous aide à traiter rapidement de vastes quantités de données grâce à la récupération d'informations activée par l'IA. Cela signifie que nous pouvons prendre des décisions plus intelligentes plus rapidement. Des plateformes comme Powell Intranet et Powell Teams sont d'excellents exemples de l'intégration de l'IA dans les outils qui rendent les processus à l'intérieur des entreprises beaucoup plus fluides. Elles utilisent l'IA pour aider les gens à partager des connaissances et à travailler ensemble de manière plus efficace.

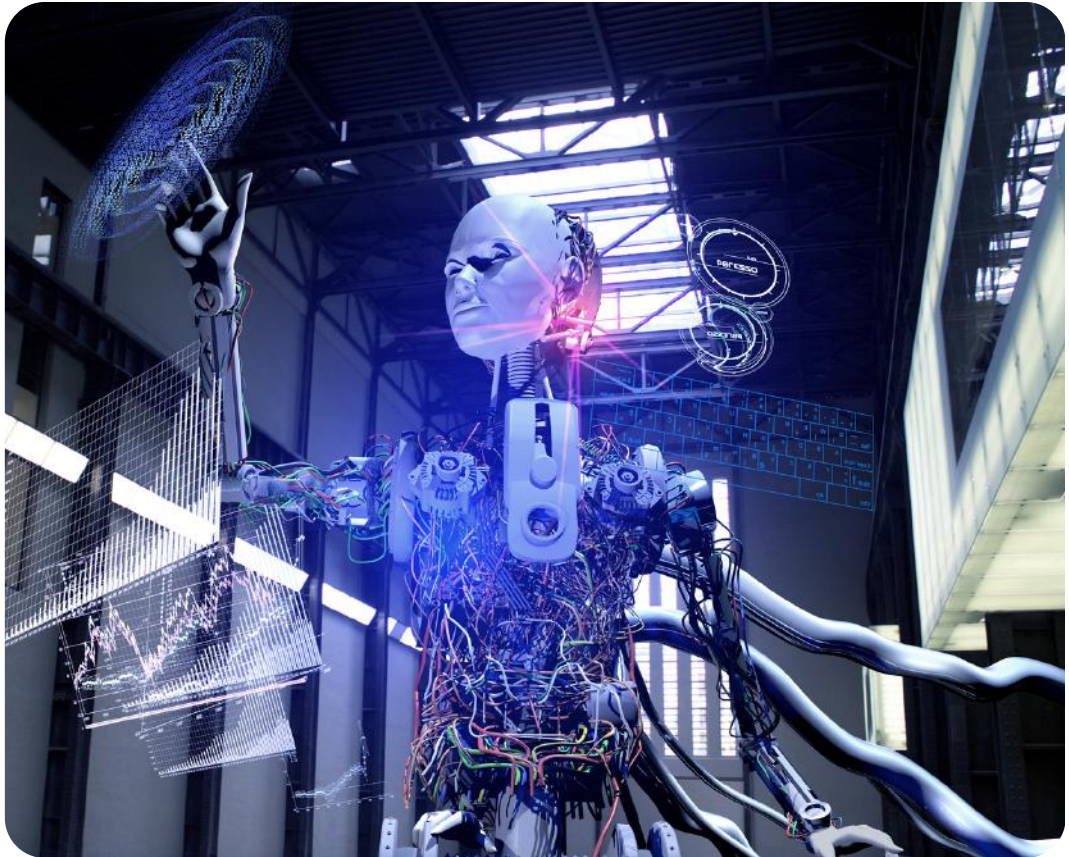


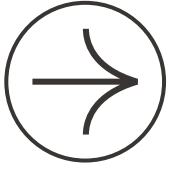
Mais l'IA ne se limite pas à faciliter les tâches actuelles. Elle change également la manière dont fonctionnent des industries entières. Elle est tellement intelligente qu'elle peut prédire des événements et résoudre des problèmes avant même qu'ils ne se produisent. Ce n'est pas seulement une question de rapidité ; cela crée de nouvelles façons pour les entreprises de faire leur travail, que ce soit en améliorant le fonctionnement des chaînes d'approvisionnement ou en offrant des expériences plus personnalisées aux clients.

L'intelligence artificielle remplacera-t-elle toutes les professions actuelles ?

La préoccupation concernant l'IA remplaçant entièrement les emplois humains est un récit courant. En effet, L'IA va bien remplacer un nombre significatif d'emplois. Le Forum économique mondial estime que l'IA remplacera 85 millions d'emplois d'ici 2025. D'autre part, l'IA pourrait générer 97 millions de nouveaux emplois.

Il est essentiel de reconnaître que l'impact de l'IA ne se limite pas uniquement au remplacement des emplois.





Automatisation des tâches, pas de remplacement d'emplois

L'IA est douée pour automatiser des tâches spécifiques, mais cela ne signifie pas nécessairement l'élimination complète des emplois. Elle cible les tâches répétitives et ennuyeuses, libérant du temps pour les humains afin qu'ils se concentrent sur un travail à plus forte valeur ajoutée, qui nécessite de l'intelligence émotionnelle, de la pensée critique et de la créativité. Selon McKinsey, d'ici 2030, environ 30% des tâches effectuées sur le marché du travail aux États-Unis pourraient être automatisées, l'IA générative étant susceptible d'accélérer cette transition. Dans une enquête menée par la Harvard Business Review auprès de 250 dirigeants, les principaux avantages de l'IA ont été identifiés comme l'optimisation des processus et l'automatisation des tâches. Notamment, la réduction des effectifs arrivait en bas de la liste, seuls 22% la considérant comme un résultat bénéfique.

Création de nouvelles opportunités d'emploi

Il est intéressant de noter que l'IA génère de nouveaux rôles professionnels qui reposent sur des compétences humaines que les machines ne peuvent pas reproduire. Des professions exigeant de l'empathie, de l'adaptabilité et la résolution de problèmes complexes émergent grâce à l'intégration de l'IA. Ces rôles complètent la technologie de l'IA, soulignant l'importance des qualités humaines.

L'augmentation des capacités humaines

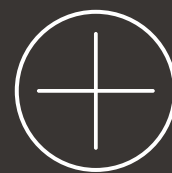
Plutôt que de servir de remplacement, l'IA agit souvent comme un outil de soutien, améliorant les capacités humaines. La prise en charge des tâches routinières permet aux travailleurs de se concentrer sur des tâches qui nécessitent des compétences humaines uniques, rendant ainsi la main-d'œuvre plus efficace et compétente dans leurs rôles.

Par essence, l'IA ne se contente pas de supprimer des emplois, elle les remodèle. Son impact réside dans l'augmentation et l'évolution des rôles humains, en créant une synergie entre la technologie et les capacités humaines. Cette relation symbiotique entre l'IA et les compétences humaines ouvre de nouvelles voies et enrichit la main-d'œuvre d'une manière jusqu'ici inexplorée.

Si l'IA et son impact sur les emplois peuvent être inquiétants, il est important de se rappeler que les carrières évoluent constamment.

Pour beaucoup d'entre nous, les emplois que nous occupons aujourd'hui n'existaient pas à l'époque de nos grands-parents. Un rapport du MIT suggère que 60 % des emplois d'aujourd'hui n'existaient pas en 1940.

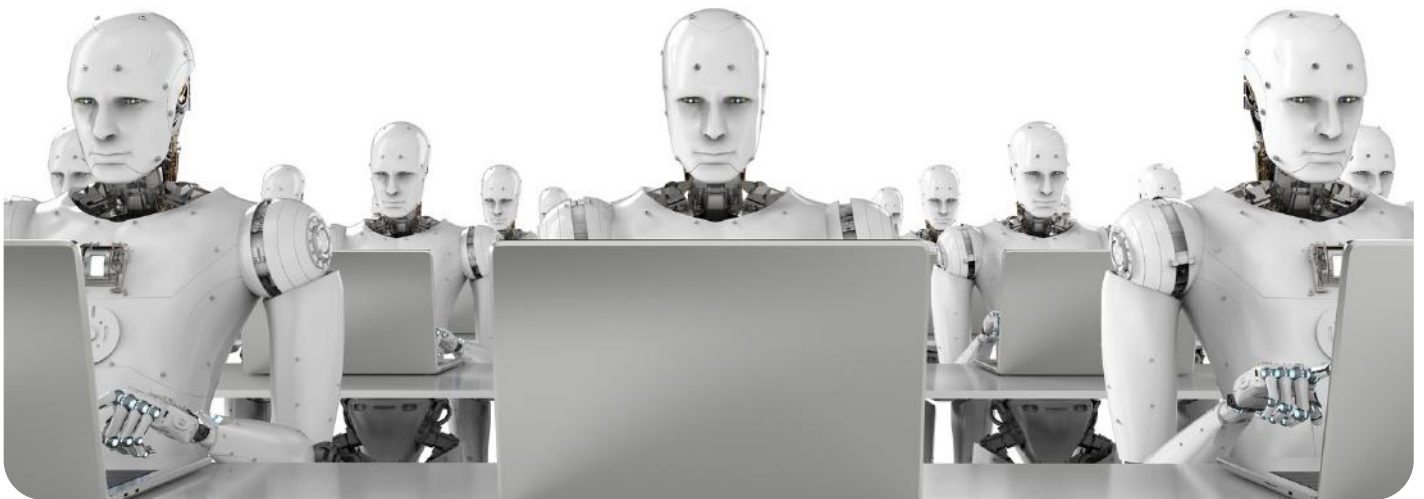
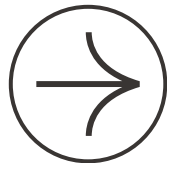
LE FUTUR DE L'IA

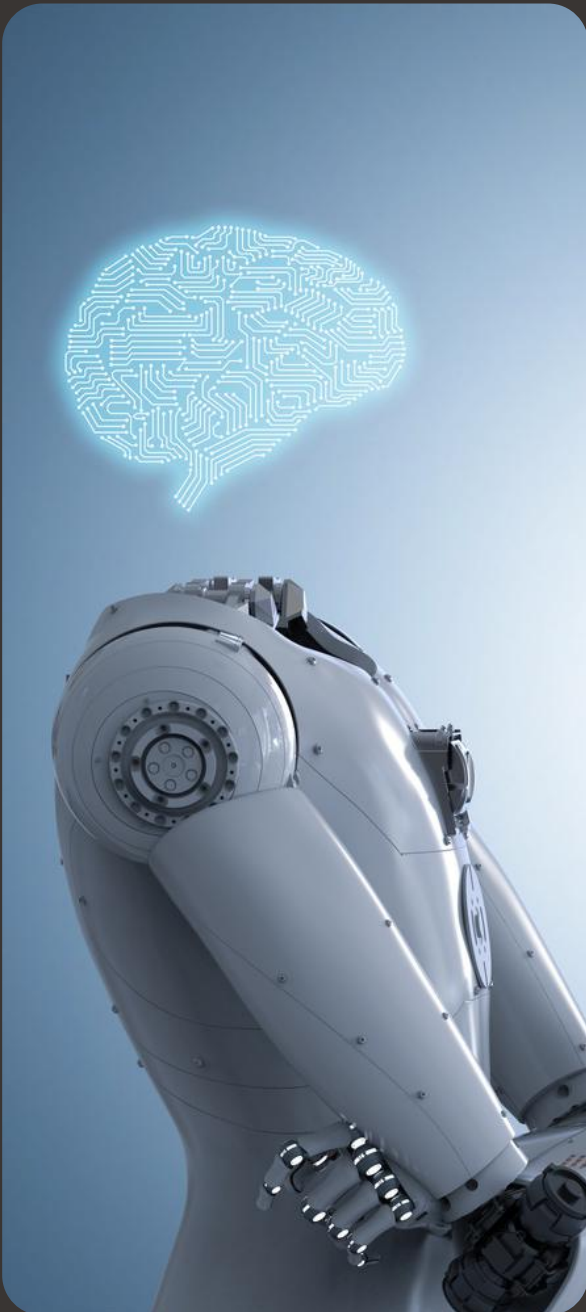


L'intelligence artificielle a-t-elle atteint son apogée, ou va-t-elle continuer à influencer nos industries ?



L'évolution de l'intelligence artificielle (IA) est un voyage en constante évolution qui ne connaît pas de limites. Elle n'est pas statique ; au contraire, elle est dans un état constant de développement, repoussant constamment les limites de l'innovation dans différents secteurs.



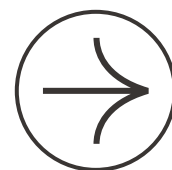


À mesure que l'IA progresse, son impact s'étend bien au-delà de secteurs spécifiques. Dans des domaines comme la santé et le service client, les avancées constantes de l'IA transforment la manière dont les services sont fournis, améliorant l'efficacité et les résultats.

L'IA générative, une nouvelle frontière passionnante dans le paysage de l'IA, démontre sa puissance en générant du contenu de manière autonome. Cela rationalise les processus, amplifie la créativité et personnalise à des niveaux inédits.

La puissance d'OpenAI dans le workplace numérique illustre le potentiel de l'IA à optimiser les opérations, à améliorer les processus décisionnels et à rationaliser les tâches complexes. Son intégration favorise un environnement de travail plus efficace et plus fluide, ouvrant la voie à un avenir où l'IA augmente et complète les efforts humains, conduisant à une productivité et à une innovation inégalées.

L'intelligence artificielle est-elle un atout ou une menace ?



Le débat sur l'IA tourne souvent autour de savoir si c'est une bénédiction ou une malédiction. En réalité, son impact est nuancé. Bien que l'IA offre une efficacité et une innovation sans précédent, les problèmes de perte d'emploi et de confidentialité des données persistent. Cependant, lorsqu'elle est exploitée de manière éthique et responsable, l'IA peut être un outil puissant qui complète les compétences humaines, transformant les industries pour le mieux.

L'IA est un atout

Accessibilité accrue : Les technologies d'intelligence artificielle (IA), telles que le sous-titrage en direct, les transcriptions automatiques, les interfaces adaptatives et l'assistance robotique, améliorent considérablement l'accessibilité sur le lieu de travail. Ces innovations répondent à des besoins divers en fournissant un soutien en temps réel aux personnes ayant des déficiences auditives, visuelles et physiques.

Source:
"How AI Will Impact The Next Generation Workforce"
([Forbes](#))

Amélioration de la prise de décision : L'IA peut analyser de vastes ensembles de données de manière plus efficace que les humains, fournissant des insights qui contribuent à une prise de décision meilleure.

Source:
"Artificial Intelligence for the Real World"
([Harvard Business Review](#))

La création d'emplois: Les nouveaux secteurs technologiques et les rôles liés à l'IA, tels que les spécialistes de l'IA et les data scientists, créent de nouvelles opportunités d'emploi.

Source:
"Jobs of Tomorrow: Mapping Opportunity in the New Economy"
([World Economic Forum](#))

L'IA est une menace

Displacement d'emplois: L'IA et l'automatisation peuvent entraîner le remplacement de travailleurs dans certains secteurs, particulièrement dans les emplois routiniers et manuels.

Source:
"Jobs lost, jobs gained: Workforce transitions in a time of automation"
([McKinsey & Company](#))

Préoccupations éthiques et de confidentialité : Le déploiement de l'IA sur le lieu de travail suscite des inquiétudes concernant la sécurité, la confidentialité et les biais décisionnels.

Source:
"Great promise but potential for peril"
([Harvard Gazette](#))

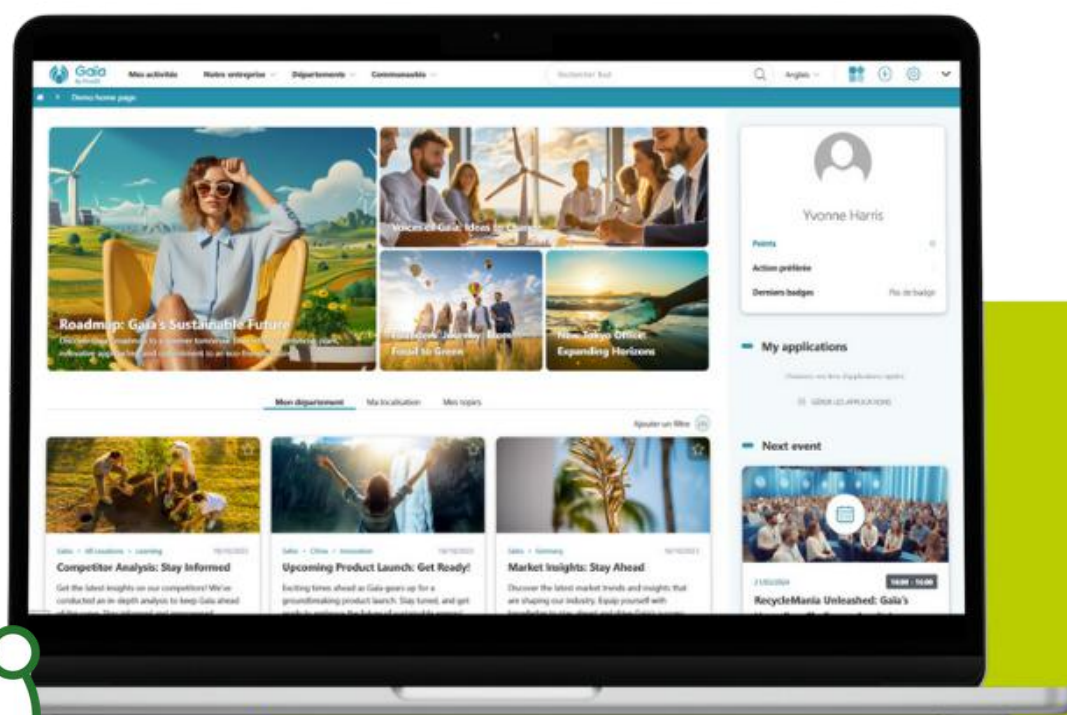
Écart de compétences et inégalités : Il y a un risque d'accroissement des inégalités, car l'IA exige des travailleurs plus qualifiés, ce qui pourrait laisser derrière eux ceux qui ont moins de compétences.

Source:
"The Future of Jobs Report 2023"
([World Economic Forum](#))



Un intranet qui fonctionne pour vous : Découvrez Powell Intranet.

Votre intranet idéal, personnalisé à la perfection. 100% sur SharePoint.



Découvrez-en plus sur powell-software.com

LA MÉTROPOLE DE TOULOUSE

DE PERDUS DANS LE LABYRINTHE
À CONNECTÉS ET ENGAGÉS : LA
TRANSFORMATION DE L'INTRANET
DE LA MÉTROPOLE DE TOULOUSE

CAMILLE PONS

01 PAULO DE ALMEIDA

02



Camille Pons
Responsable de la Communication Interne,
Toulouse Métropole



Paulo de Almeida
Service Delivery Manager,
Exakis Nelite

Imaginez un intranet si obsolète que la recherche d'informations relève de l'expédition. C'était la réalité pour la métropole de Toulouse, une autorité municipale française majeure. Mais au lieu de se contenter du statu quo, ils se sont lancés dans un voyage de transformation numérique avec Exakis Nelite, un expert en solutions Microsoft, et Powell Software. Le résultat ? Un intranet moderne et engageant qui booste la satisfaction des employés et la collaboration.

Pourquoi changer ?

L'intranet obsolète manquait de personnalisation, ce qui rendait difficile la recherche d'informations et entravait la collaboration. La métropole de Toulouse recherchait un hub dynamique qui favoriserait l'engagement et présenterait leurs services.

La collaboration est essentielle :

Exakis Nelite et la métropole de Toulouse ont travaillé main dans la main, impliquant divers services tels que la communication et le numérique. Des ateliers ont permis à chacun de s'exprimer, façonnant ainsi la structure et les fonctionnalités de l'intranet.

S'appuyant sur Microsoft 365 :

En utilisant Powell Software, l'équipe a tiré parti des fonctionnalités familières de Microsoft 365, réduisant ainsi le besoin de développement personnalisé et assurant une courbe d'apprentissage facile. Des ateliers ont facilité la transition de l'ancien système au nouveau, et des outils comme Adobe XD ont donné vie aux maquettes.

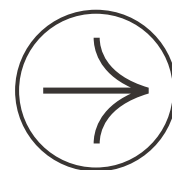
Développement itératif : amélioration continue :

L'intranet n'a pas été construit du jour au lendemain. Au contraire, le contenu a été divisé en quatre itérations, en donnant la priorité à des sections clé telles que l'espace RH. Cela a permis d'obtenir des retours continus et des mises à jour, garantissant que le produit final réponde aux besoins de tous.



"Le processus de développement itératif nous a permis d'incorporer les retours et d'améliorer continuellement l'intranet."

Paulo de Almeida,
Service Delivery Manager, Exakis Nelite



Les accomplissements majeurs :

Augmentation de 4 fois du nombre de visites quotidiennes : Les employés s'engagent activement avec le nouvel intranet.

Contenu attrayant et design convivial : Les sondages, galeries de photos et hubs de nouvelles répondent à des intérêts divers.

Espace RH rationalisé : Trouver des informations est désormais un jeu d'enfant, améliorant l'expérience utilisateur.

Gestion des métadonnées et organisation du contenu : Une navigation facile et une recherche rapide garantissent un accès rapide aux besoins des employés.

Perspectives d'avenir :

Le voyage ne s'arrête pas là. La métropole de Toulouse sait que l'amélioration continue est essentielle. Ils se concentrent sur :

La capacité interne :

Développer l'expertise pour maximiser le potentiel de l'intranet.

Les technologies émergentes :

Maintenir la pertinence de l'intranet à mesure que la technologie évolue.

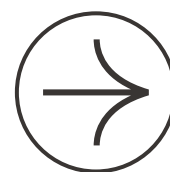
Ce qu'il faut en retenir ?

La collaboration, la gestion proactive et une approche centrée sur l'utilisateur peuvent transformer un intranet obsolète en un hub numérique dynamique. L'histoire de la métropole de Toulouse inspire les organisations cherchant à autonomiser leurs employés et à favoriser la collaboration grâce à la transformation numérique.



"Le nouvel intranet a rendu la recherche d'informations et la collaboration beaucoup plus faciles."

Camille PONS
Responsable de la Communication Interne,
Toulouse Métropole





Powell Software

Un intranet qui fonctionne pour vous : Connectez, informez, engagez.

Powell Software a tout prévu pour vous, de la création de contenu et la publication des actualités de l'entreprise au hot desking, avec des capacités de recherche étendues et un répertoire complet des personnes.



[Découvrez-en plus sur powell-software.com.](http://powell-software.com)

LECKO

ENGAGEMENT, COLLABORATION,
COMMUNICATION : L'AVENIR DU
TRAVAIL VU PAR LECKO

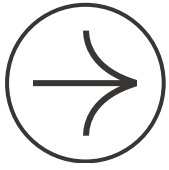
BASTIEN LE LANN



Bastien Le Lann
Director, Partner
Lecko

lecko.

Nous avons interviewé Bastien Le Lann, fondateur de Lecko, experts en "transformation interne des organisations", sur sa vision de l'avenir de la communication interne, de la collaboration et de l'engagement des employés.



Quels changements et tendances marquent la com interne récente et ses futurs développements majeurs ?

Les tendances organisationnelles :

La communication devient une compétence devant être intégrée à tous les échelons de l'organisation. La communication corporate recentre ses formats et dispositifs autour de processus bien définis et d'une production de contenus poussée. Elle n'est plus le point de passage obligatoire pour 100% des actions de communication et peut se centrer sur sa valeur ajoutée. Elle autorise des usages plus libres de la communication sous des formats plus allégés, à la main des « citizen communicants ».

Les tendances technologiques :

Contenus multimédias, interfaces low/no code pour publier des contenus, IA générative au service d'un processus de création / diffusion de contenus...



Quels défis de communication interne les entreprises rencontrent-elles et comment les surmonter, en particulier avec des équipes distantes ?



L'IA générative vient renforcer la proposition de valeur d'un produit, simplifier une tâche ou un cas d'usage.

L'IA générative et l'automatisation ne se substituent pas (ou dans de très rares cas) à l'intervention humaine.

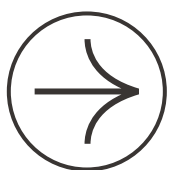
Prenons l'exemple d'un article classique pour l'intranet destiné à une population précise (par exemple, les travailleurs de première ligne). L'IA générative va vous aider à ne pas partir de zéro, à résumer certains points, à adapter le ton et le niveau de pédagogie, et à vous guider sur le meilleur moment de la semaine et le meilleur canal pour la publication.

Cependant, l'IA générative ne va pas, par magie, expliquer « quoi dire ». Les organisations doivent maintenir l'effort sur le contenu du message, le lien avec la culture d'entreprise et la manière dont elles souhaitent impliquer chacun dans le projet d'entreprise.



“L'IA générative apporte un gain de temps et de qualité lorsqu'elle est bien exploitée et intégrée dans un processus de manière judicieuse et réfléchie.”

Bastien Le Lann
Partner, Director Lecko



Comment, dans les entreprises que vous avez observées, la communication collabore-t-elle avec les services informatiques et les Digital Workplace Managers ?

Rares sont les projets numériques qui touchent toute l'organisation, quels que soient la position hiérarchique, le métier ou le contexte de travail, l'ancienneté, la localisation géographique...

Les Digital Workplaces font partie de cet univers.

Le numérique responsable prend de l'ampleur et donne du sens aux pratiques durables sur le long terme à développer via la Digital Workplace. Il s'agit de réduire l'usage exclusif des emails (avec pièces jointes énergivores), de maîtriser les durées de réunions, de mieux organiser l'information et de distinguer les environnements de production de ceux de capitalisation des savoirs.

Le but est double : améliorer la qualité de vie au travail (numérique) et optimiser l'utilisation des ressources numériques limitées.



Comment améliorer sa communication interne à l'ère numérique :

Le « solutionnisme » n'est pas la réponse à tous nos maux.

Pour preuve, bien que les technologies évoluent, les problèmes restent globalement les mêmes et sont même amplifiés : hyperconnexion, chaos documentaire, flux d'informations multiples et émiettement, etc.

Il est essentiel de donner du sens à la transformation numérique. Le numérique responsable et la qualité de vie au travail (QVT) sont deux exemples qui relient les pratiques visées par la Digital Workplace avec notre rapport au travail et au monde.

Il est important d'identifier et de s'appuyer sur les forces vives de l'entreprise qui souhaitent innover et faire évoluer les pratiques. La capacité à changer et à s'adapter est devenue la norme ; ainsi, l'entreprise doit voir l'amélioration de sa stratégie de communication interne comme un processus continu et non comme une succession de projets isolés.

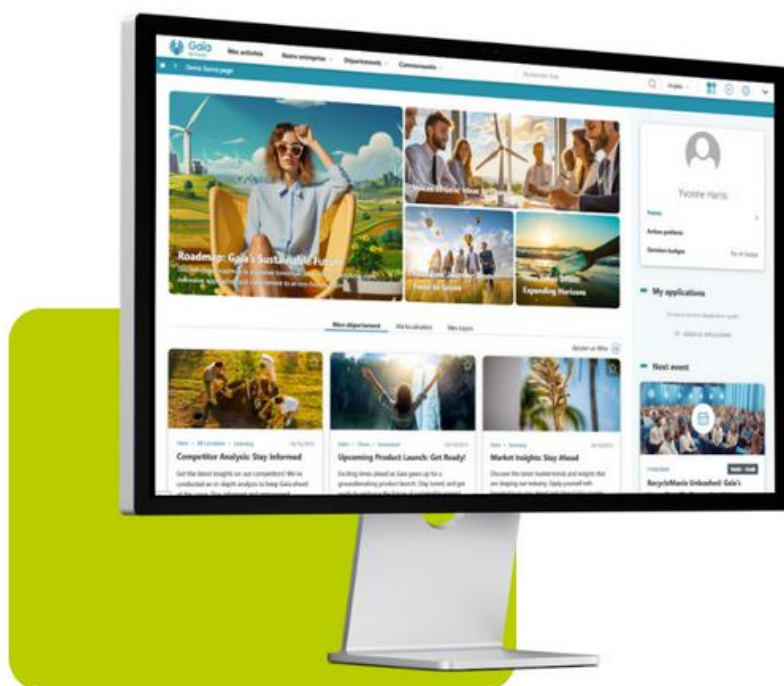
lecko 



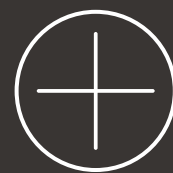


Nous construisons des intranets sur mesure pour les organisations opérant sur Microsoft 365

Chez Powell Software, notre objectif est de responsabiliser les équipes informatiques et de communication. Nos intranets sur mesure, déployés sur SharePoint, révolutionnent le fonctionnement de votre équipe. Nous rendons la communication plus fluide et rationalisons les tâches quotidiennes. Grâce à nos solutions, les professionnels de l'informatique, des communications et des ressources humaines peuvent se concentrer sur ce qu'ils font le mieux, en favorisant un lieu de travail plus connecté, plus sécurisé et plus efficace.



PRIX D'EXCELLENCE



LES POWELL INTRANET AWARDS
RÉCOMPENSENT L'EXCELLENCE DE
L'INTRANET

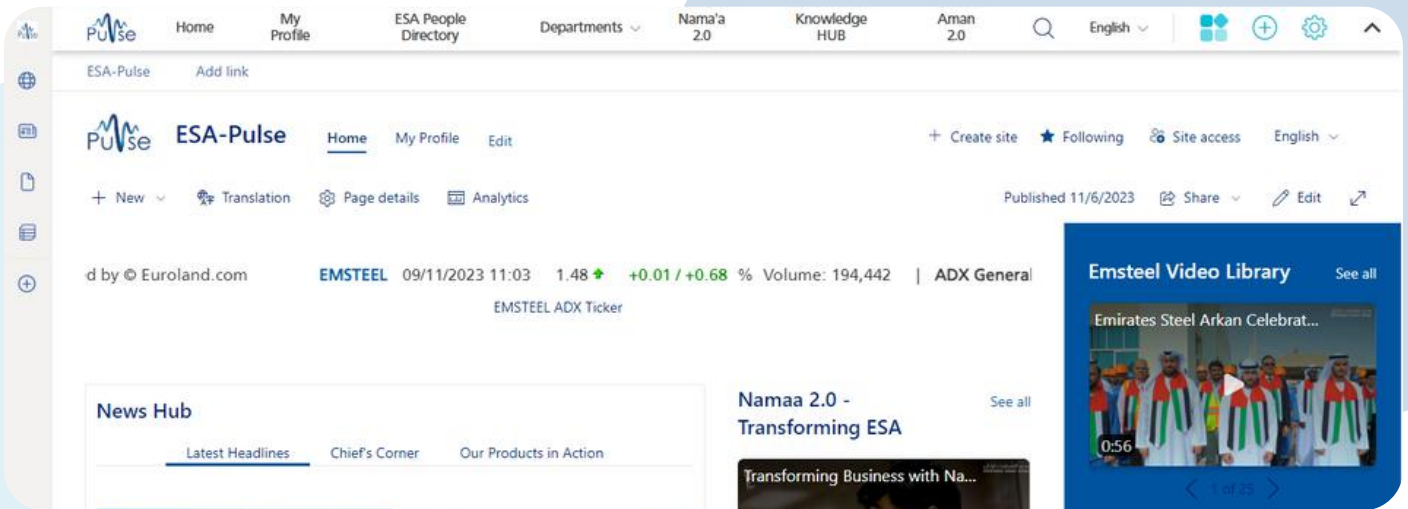


Les Powell Intranet Excellence Awards servent de plate-forme pour reconnaître et honorer les projets exceptionnels entrepris par les clients et partenaires de Powell Intranet. Ces prix soulignent leur engagement à transformer le lieu de travail numérique et reconnaissent les progrès innovants réalisés au sein de leurs organisations.

La réponse des clients et partenaires de Powell Intranet a été massive, présentant un large éventail de projets révolutionnaires qui ont considérablement amélioré le paysage du lieu de travail numérique. Notre estimé jury a eu la tâche difficile d'évaluer de nombreuses candidatures exceptionnelles, reflétant l'engagement et le dévouement des participants à stimuler l'innovation grâce à leurs initiatives intranet.

L'INTRANET LE PLUS ENGAGEANT

حديد الإمارات آركان
emirates steel arkan



Emirates Steel LLC a remporté le prix de "L'Intranet le Plus Engageant" pour ses caractéristiques et son design remarquables, comprenant une navigation fluide, des fonctionnalités innovantes telles que les Félicitations et les Forums de Discussion, des éléments de gamification, l'inclusivité des opinions des utilisateurs, la compatibilité avec diverses applications professionnelles, et un design attrayant.

L'INTRANET LE PLUS COLLABORATIF

Endress+Hauser 



Endress+Hauser a remporté le prix de "L'Intranet le Plus Collaboratif" pour son innovant "Digital Home". Parmi les points forts, on trouve des fonctionnalités sociales engageantes, la promotion d'événements internes, des outils intuitifs de partage de contenu et des initiatives de collaboration. Notamment, leur célébration du 70e anniversaire comprenait des activités telles que le "Water Challenge : Around the World in 70 Days".

LA MEILLEURE INITIATIVE DURABLE



La transition écologique avec vous !
Transitions • 47/50 idées • Terminée • Partager

Si de nombreux projets et démarches sont déjà engagés en matière de transition écologique, tant au niveau des politiques publiques que des projets des directions, il est certain que vous, les collègues, avez déjà mis en œuvre des bonnes pratiques ou avez des idées nouvelles.

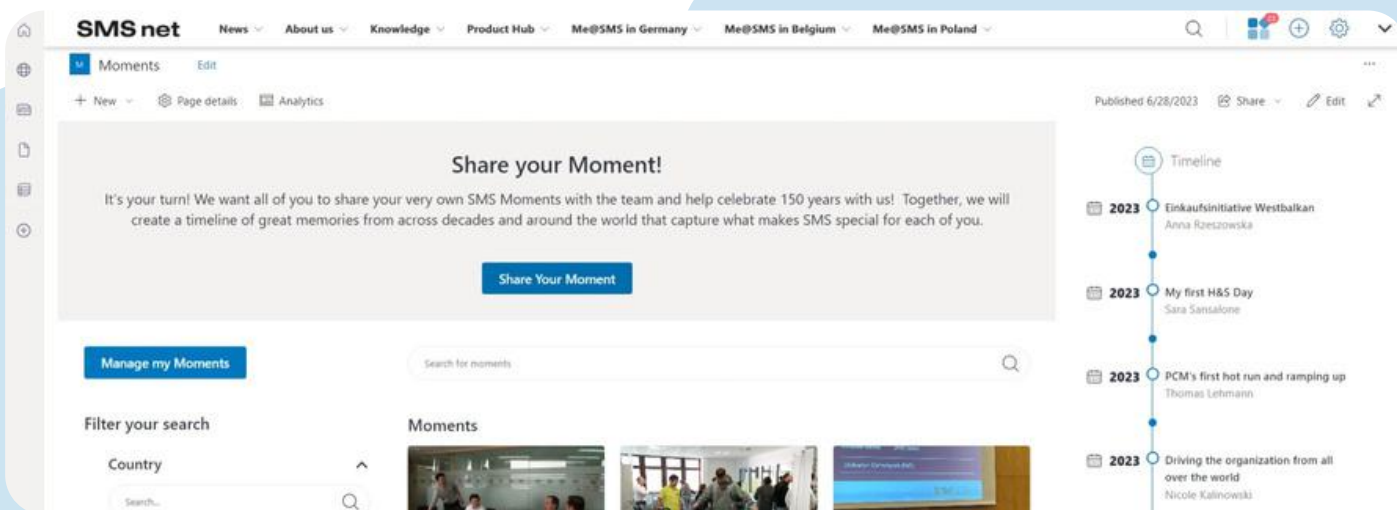
Le but de cette nouvelle plateforme d'idéation est de pouvoir les faire connaître et les partager, d'en mesurer l'intérêt, et de permettre à d'autres de s'en emparer et de les déployer dans leur environnement.

Sur cette plateforme, vous pouvez...

-  **Proposer une (ou plusieurs) idée(s) ou bonne(s) pratique(s)**
-  **Commenter, échanger sur les propositions qui sont faites**
-  **Mettre en avant les propositions que vous préférez**

Angers Loire Métropole a remporté le prix de la "Meilleure Initiative Durable" en utilisant leur intranet pour la transition écologique. Impliquant 4600 agents, ils ont utilisé les outils de Powell pour la collecte d'idées, les concours et les séminaires afin de promouvoir les efforts de durabilité. Ces initiatives ont favorisé l'engagement, la créativité et la sensibilisation.

L'INTRANET LE PLUS INCLUSIF



SMS net News About us Knowledge Product Hub Me@SMS in Germany Me@SMS in Belgium Me@SMS in Poland

Moments Edit

Share your Moment!

It's your turn! We want all of you to share your very own SMS Moments with the team and help celebrate 150 years with us! Together, we will create a timeline of great memories from across decades and around the world that capture what makes SMS special for each of you.

Share Your Moment

Manage my Moments

Search for moments

Filter your search

Country

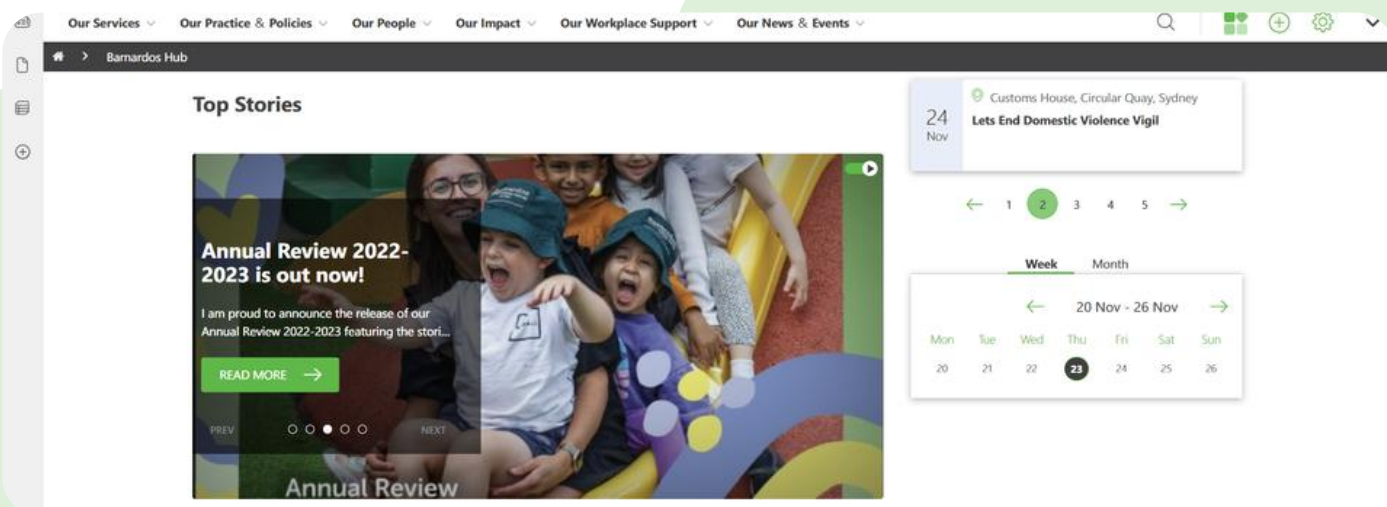
Moments

Timeline

- 2023 Einkaufsinitiative Westbalkan Anna Rzeszowska
- 2023 My first H&S Day Sara Sansalone
- 2023 PCM's first hot run and ramping up Thomas Letmann
- 2023 Driving the organization from all over the world Nicole Kalinowski

SMS Group a remporté le prix de "L'Intranet le Plus Inclusif" avec son initiative "SMS Moments". Engageant 14 400 employés à l'échelle mondiale, cela leur a permis de partager des expériences personnelles, créant une chronologie vivante de l'histoire de 150 ans de l'entreprise. Cette initiative a favorisé la camaraderie et la célébration au sein de l'organisation.

LE MEILLEUR PROJET INTRANET À BUT NON LUCRATIF



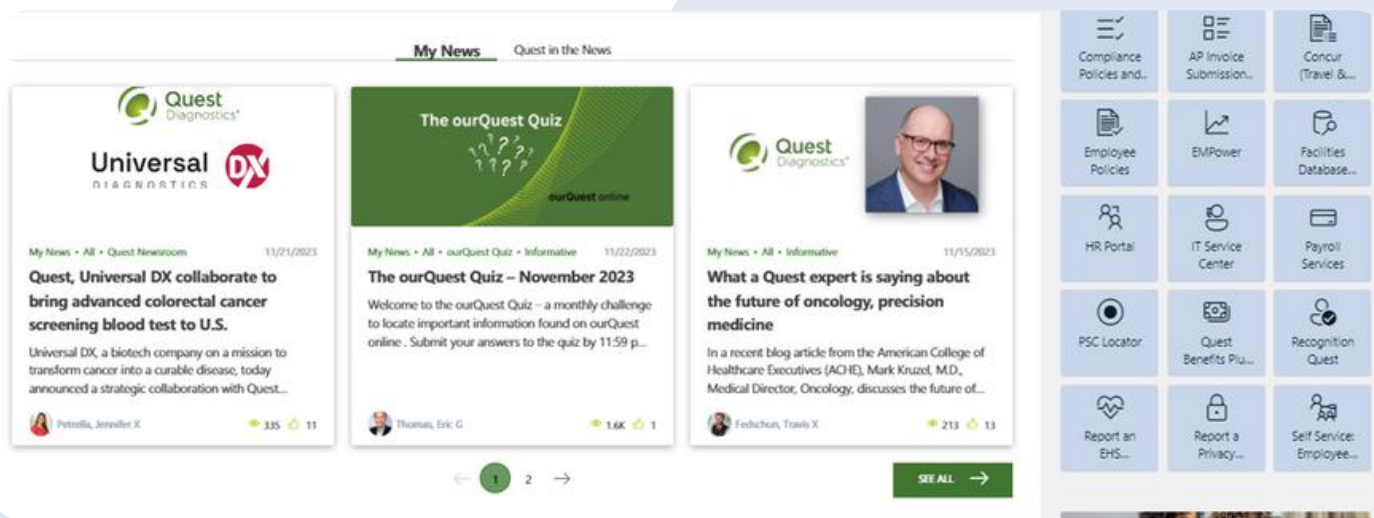
Barnardos Australia a remporté le prix du "Meilleur Projet Intranet à But Non Lucratif" pour le 'Barnardos Hub'. Ce hub est devenu essentiel pour une communication et une implication fluides. Les facteurs clé de son succès comprenaient une communauté de champions intranet dédiée et une campagne convaincante d'adoption par les utilisateurs.

L'UTILISATION LA PLUS INNOVANTE DE L'INTRANET



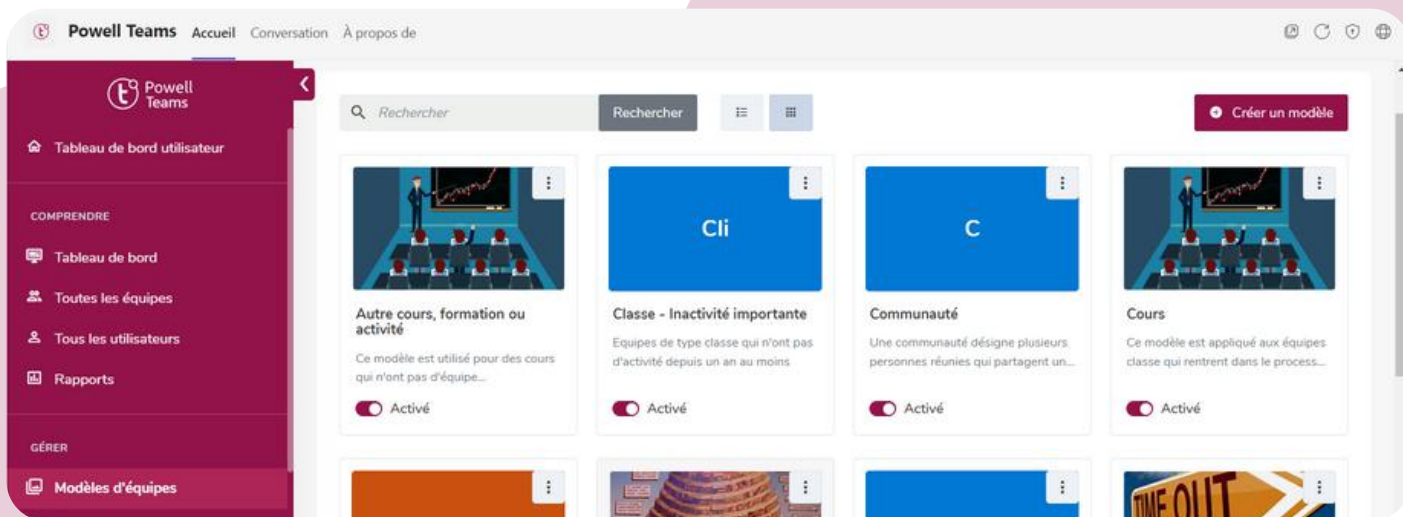
Avril a remporté le prix de la "Utilisation la Plus Innovante de l'Intranet" pour sa célébration du 40e anniversaire, "Avril dans le Metaverse", qui relie les expositions physiques et virtuelles. Cette plateforme propose des salles à thème captivantes, des témoignages et des éléments de gamification pour une expérience immersive. Les retours positifs reflètent comment cela a transformé la communication interne.

MEILLEUR EXEMPLE DE LA TRANSITION DE SHAREPOINT PUBLIC À MODERN



Quest Diagnostics a reçu le prix pour sa transformation exceptionnelle en migrant de SharePoint Publishing à Modern. Au service d'une main-d'œuvre mondiale de 46 000 employés, Quest Diagnostics visait à simplifier le processus de localisation de médecins spécialisés au sein de leur organisation.

MEILLEURE GOUVERNANCE DANS LA FORMATION DES ÉQUIPES



L'Université de Namur a mis en œuvre Powell Teams pour gérer plus de 14 000 équipes, créant ainsi un système pour les créer, les archiver et les gérer efficacement. Cela comprenait la création de modèles spécialisés pour différents usages et garantissait une formation adéquate pour le personnel. Dans l'ensemble, ce projet a amélioré la gouvernance et rationalisé la collaboration pour l'université.

LE DÉPLOIEMENT INTRANET LE PLUS VASTE

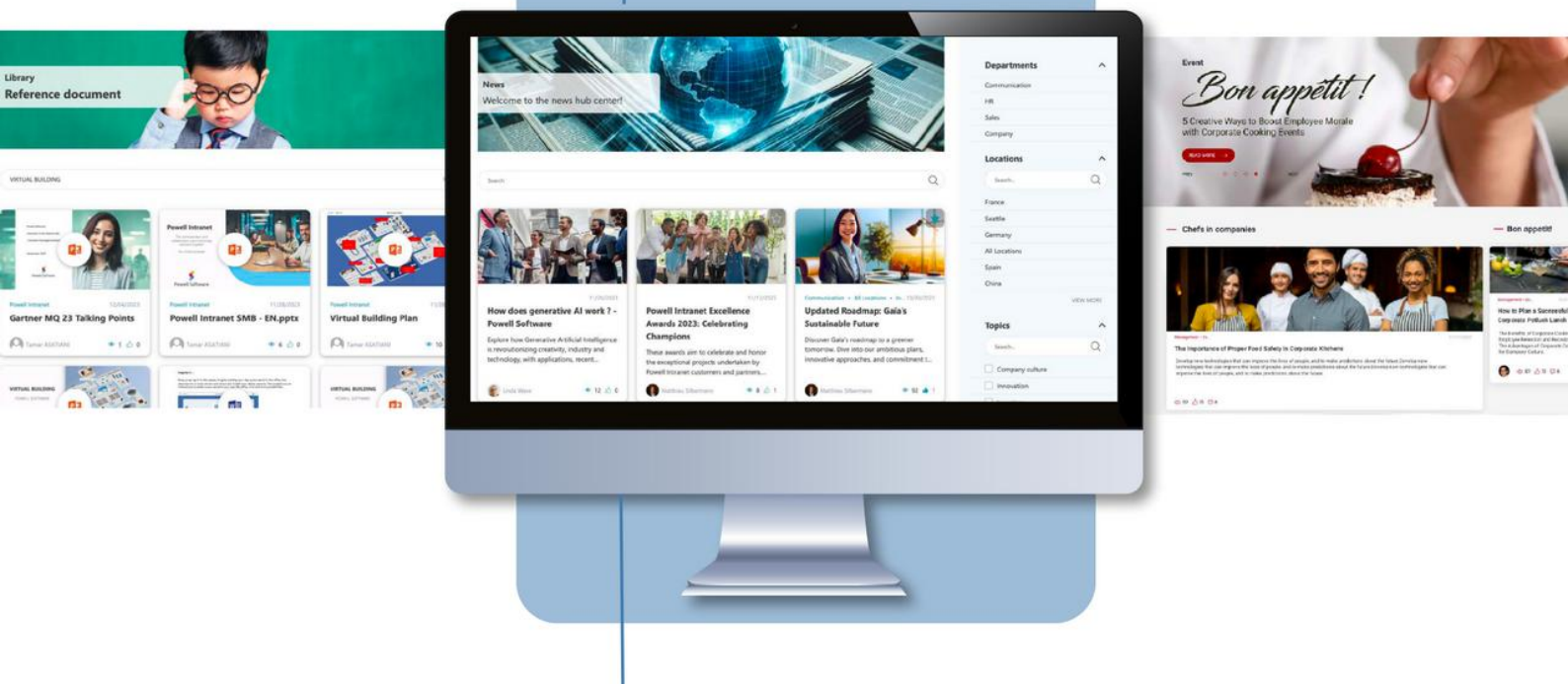


Avec 80 000 utilisateurs, Safran représente le plus grand déploiement de plateforme intranet en 2023 pour Powell Intranet !

LA PLUS GRANDE PLATEFORME INTRANET



Avec 107 000 utilisateurs, La Poste est la plus grande plateforme intranet en termes d'utilisateurs actifs pour Powell Intranet !



Découvrez-en plus sur powell-software.com.

toulouse
métropole

SAFRAN

grand
avignon
communauté d'agglomération



Arko
PHARMA

Avril

circet



Powell Software

Plus de 2 millions d'utilisateurs à
travers le monde.

Groupama

Mediawan

BUT

GCC

Carrefour
voyages

sopra steria

Théa
PHARMA



DIGITAL WORKPLACE PULSE

PREMIER NUMÉRO