ÉQUIPER ET ORGANISER SON ENTREPRISE POUR SE TRANSFORMER

Etat de l'art des réseaux sociaux d'entreprise - Tome 7
Publié le 29 janvier 2015

lecko update1.2

INTRODUCTION

→ **Ce matériau est le fruit de nos travaux d'étude de l'état de l'art et des usages dans les entreprises.**

Ouvrir ses savoirs pour aider les porteurs de changement à faire progresser leurs initiatives contribue à acculturer les organisations aux enjeux de la transformation numérique.

Cette création est mise à disposition selon le Contrat Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale 2.0 France disponible en ligne http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/fr/ ou par courrier postal à Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

BY NC

> **La meilleure manière de donner envie à nos clients de réussir, est de partager nos travaux.**

SOMMAIRE

1 LA COLLABORATION, LE PIVOT DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Le digital contraint les entreprises à se changer
L'entreprise doit anticiper l'évolution profonde de son offre
Les atouts d'aujourd'hui ne sont pas les atouts de demain
Se changer pour changer
Adopter les meilleurs modes d'organisation dans chaque domaine de l'entreprise

2 S'ORGANISER POUR SE TRANSFORMER

Les modes d'organisation en réseau
Un changement constaté sur plusieurs fronts
L'émergence d'équipes en charge de la transformation numérique
Le rôle des équipes digitales dans les entreprises sur la transformation interne
Les RSE en entreprise
Le RSE, plateforme d'expression des usages émergents
Les porteurs de changement sont les stimulateurs
Démarche adoptée pour la réalisation du Benchmark des pratiques d'animation
Enseignements du benchmark
Vers la professionnalisation des équipes digitales
Témoignages
Gouvernance des programmes de transformation interne de grandes organisations

3 BÂTIR UNE OFFRE COLLABORATIVE

Distinguer les usages matures des usages disruptifs émergents
Choisir ses technologies
Difficile de compenser le manque d'intégration
Positionner les outils et usages
Promouvoir et porter cette offre
Changer ses pratiques de conduite de projet

4 ANALYSE DU MARCHÉ

Évolution du marché
L'indice du référentiel Lecko
Potentiels sociaux
Communication
Productivité
Gestion de connaissances
Communautés externes
Outiller les processus
Analyse des solutions

1 LA COLLABORATION, LE PIVOT DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Le digital contraint les entreprises à se changer

→ **Ne pas se tromper d'enjeu : la transformation numérique vise à faire face aux évolutions engendrées par l'ère numérique**

Il ne s'agit pas tant de « numériser » son offre mais de se transformer en profondeur pour se ré-inventer et être capable d'adapter son organisation.

Après avoir désintermédié l'économie, le numérique (internet, ses moyens d'accès -device- ses plateformes) continue de faire évoluer la société et donc l'environnement des entreprises.

Babolat Play | RENAULT zipcar | Axa drive | Imprimante 3D

→ L'économie collaborative : constitue une autre manière de consommer privilégiant l'usage à la propriété. Le consommateur devient parfois producteur de services en partageant ses propres ressources.

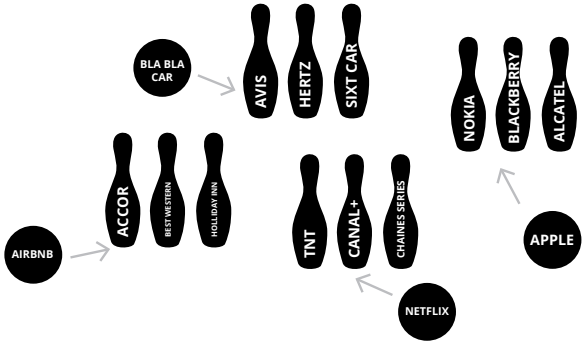
→ Les objets connectés : associés aux technologies Big data, les objets connectés offrent de nouvelles opportunités de services augmentant significativement la valeur proposée

→ L'impression 3D : la capacité émergente de produire localement, de manière unitaire sans investissement préalable, à moindre coût, modifie les logiques d'unité de production et de distribution, fondateur de notre économie actuelle.

L'entreprise doit anticiper l'évolution profonde de son offre

→ **Les perturbateurs viennent de nulle part**

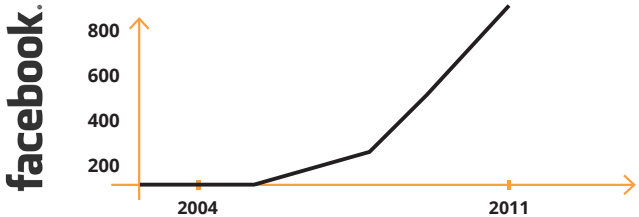
Les marchés sont concurrencés par des acteurs nouveaux. Il peut s'agir de start-up comme Uber dans le secteur des transports ou d'acteur changeant de marché à l'instar d'Apple qui est passé de l'informatique à la musique, au téléphone et aujourd'hui aux systèmes de paiement avec Apple Pay. Ces acteurs visent à devenir des leaders sur les marchés qu'ils attaquent. La consommation collaborative promet ainsi de remodeler les marchés de consommation de masse. Par exemple, dans l'automobile, l'autopartage va probablement sérieusement réduire les besoins en voiture. Ce mode de consommation privilégiant l'usage à la propriété va être facilité par la coordination accrue des véhicules partagés. Selon Lawrence Burns, VP R&D et planification de General Motors, des véhicules partagés et coordonnés offrent la mobilité à 20% du prix actuel.



Des évolutions rapides

Facebook avait déjà conquis 800 millions d'utilisateurs 7 ans après sa création. Pendant ce temps Kodak chute de son sommet et dépose le bilan.

Les effets des innovations technologiques sont accentués par des consommateurs connectés capables d'évoluer rapidement dans leurs comportements.



Les atouts d'aujourd'hui ne sont pas les atouts de demain

→ Les barrières à l'entrée peuvent disparaitre

Les marchés reposent logiquement sur des barrières à l'entrée face à l'entrée de la concurrence de nouveaux entrants. Si les marchés évoluent (vite) les atouts de demain ne sont pas nécessairement les mêmes.

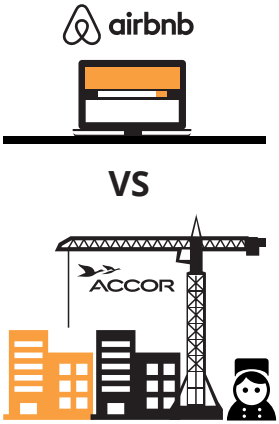
- Taxi : la société Uber crée une offre alternative à celle des taxis en facilitant une offre de transport privé et entre particuliers grâce à une application sur mobile. Le marché des taxis verrouillé historiquement par une réglementation sur les licences est contourné.

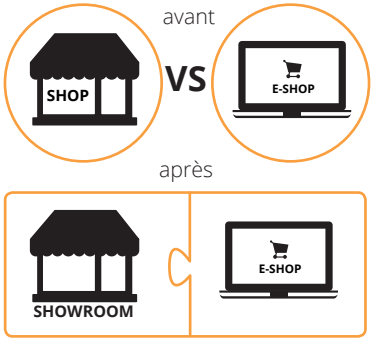
- Hôtellerie : Airbnb a développé une offre alternative de logement de courte durée en s'appuyant sur le « stock d'hébergement » inutilisé par les particuliers. Cette offre émerge avec une nouvelle manière de consommer. Si elle ne concurrence pas directement l'hôtellerie, elle capte une partie de la clientèle sans investir dans les murs et le personnel.

- Encyclopédie : des entreprises de plusieurs siècles comme Encyclopædia Britannica (né en 1768) possédaient un capital et un savoir-faire difficile à rattraper pour un concurrent, une barrière qui leur a permis de tenir jusqu'à l'arrivée d'Internet et Wikipédia.

- Caméra : Gopro a commercialisé dans le monde entier son produit en cassant les codes en enlevant l'écran ou viseur et en distribuant en direct sur Internet en s'appuyant sur un marketing viral. Jusqu'alors seuls les acteurs historiques de l'électronique accédaient aux consommateurs avec leur réseau de distribution.

Les réseaux de boutiques ne représentent plus forcement un atout pour commercialiser ses produits et encore moins une barrière à l'entrée. La vente en ligne, accessible à toute entreprise, représentera 30 à 50% (en fonction des domaines) des achats en 2020 selon Booz & Company et ce au détriment des magasins.





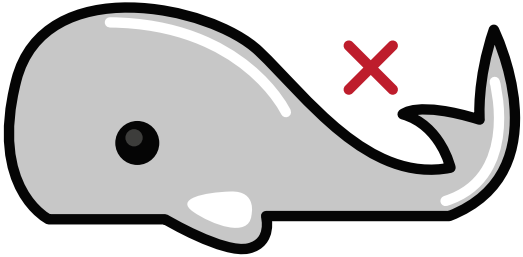
Se changer pour changer

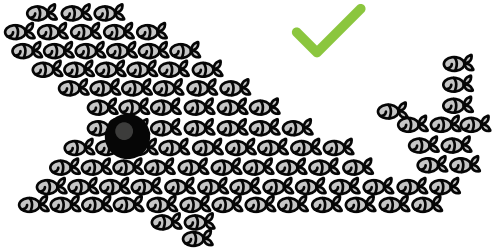
→ **Cannibaliser son propre produit ou service**
Un des atouts des GAFA est d'arriver à concurrencer ses propres produits et à les tuer si nécessaire. Amazon vend à perte son Kindle pour assurer la vente de contenus. Microsoft restreint ses solutions « on premise » pour tirer ses clients sur ses offres Cloud.

Innover par la rupture
Apporter un nouveau service nécessite d'expérimenter en sortant du cadre de l'innovation incrémentale. Amazon développe ainsi sa capacité à acheminer ses produits par des drones.

Changer sa culture et son organisation pour se donner les moyens de changer
Il faut rendre chacun en mesure de :

- se remettre en cause, accepter l'idée de faire autrement demain et de devoir changer
  être impliqué dans ces changements, comprendre dans son domaine ce qui évolue
- réfléchir comment les évolutions créent des opportunités de mieux faire
- permettre l'action pour tester, éprouver et développer ses initiatives





Adopter les meilleurs modes d'organisation dans chaque domaine de l'entreprise

→ **Le numérique amène également de nouvelles façons de travailler et d'atteindre plus facilement ses objectifs. Tous les domaines de l'entreprise sont sujets à refondement structurel.**

La relation client (communication, vente, marketing)
Communiquer devient « converser ». La foule prend le pouvoir grâce aux réseaux sociaux. Les rapports entre les marques et leur environnement évoluent. L'entreprise doit apprendre à travailler différemment pour engager la conversation avec ses clients, et ce publiquement.

Produit (offre, innovation, logistique, production)
L'innovation s'accélère dans beaucoup de domaines. L'entreprise doit élargir ses champs de compétence et arrive de moins en moins à maîtriser totalement les experts dont elle a besoin. Augmenter sa capacité à s'approprier de nouveaux savoir-faire devient clef. Elle est également amenée à coopérer avec son écosystème jusque dans l'innovation de ses produits.

Gestion des compétences (RH, KM)
Aller vers de nouveaux métiers ou introduire plus de transversalité dans l'organisation conduit à impliquer ses collaborateurs dans leur montée en compétence. Les référentiels de compétence et les modes de formation existants sont à compléter par du social-learning.

Productivité (mobilité, collaboration)
L'agilité et la transversalité augmentent le nombre de sollicitations de chacun au sein de l'entreprise. Ajoutées à la sur-information ambiante, les collaborateurs doivent retrouver de la productivité par un management de l'information différent et de nouveaux outils de communication adaptés.

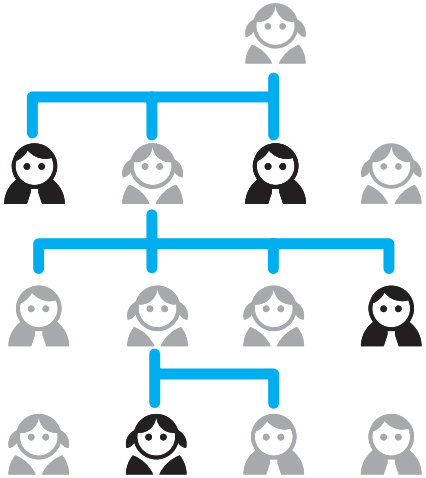
2 S’ORGANISER POUR SE TRANSFORMER

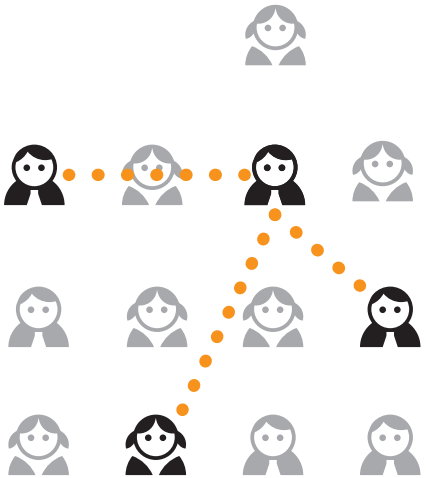
Les modes d'organisation en réseau

→ Les modes d'organisation en réseau s'imposent comme le levier de cette transformation et comme une composante des organisations cibles. Il ne s'agit pas de se transformer vers un état B, mais de se mettre durablement en mouvement.

- Apprendre (autour d'un processus, veille, partage de pratiques)
- Améliorer (traiter les irritants)
- Mobiliser face à une problématique
- S'adapter à l'environnement (sur-information et multiplicité des contacts)

L'organisation réticulaire vient s'ajouter aux organisations hiérarchiques existantes. L'objectif est de permettre aux plus motivés de s'investir au sein d'initiatives, qui pourront être ensuite intégrées dans l'entreprise ensuite.





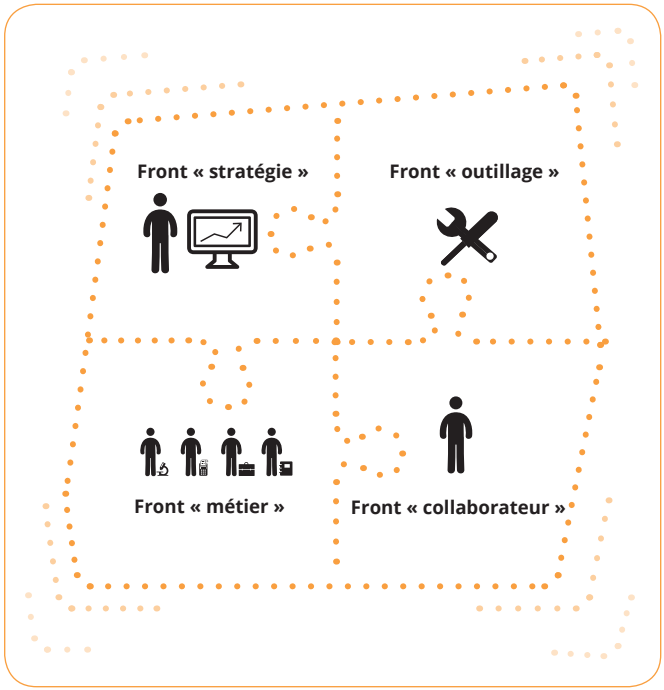
Un changement constaté sur plusieurs fronts

→ Comme présenté dans le tome 5, l'entreprise 2.0 se construit suivant 4 fronts complémentaires mais progressant de manière inégale en fonction des contextes.

- L'approche stratégique : La direction générale porte une vision et sollicite l'organisation autour de la réflexion et la mise en mouvement de l'entreprise.
- L'approche par l'outillage portée par la DSI : Elle s'intègre dans la démarche continue de modernisation des outils collaboratifs de l'entreprise.
- L'approche métier : Un responsable métier s'appuie sur les offres Saas proposées en ligne pour initier la démarche sans recourir à un projet informatique.
- L'approche individuelle : Les collaborateurs s'appuient sur les services en ligne qu'ils choisissent sur Internet pour gagner en efficacité.

La dynamique actuelle autour de la transformation numérique traduit le renforcement du front « stratégie » et « métier ». La prise de conscience à haut niveau de l'enjeu du numérique et le choix de recruter un Chief Digital Officer en charge de bâtir une stratégie et de l'exécuter permet de mieux mobiliser le management de l'entreprise, d'acquérir les ressources nécessaires et faire valoir un sponsor pouvant légitimer l'urgence de changer.

La progression des solutions du marché et la montée en compétence des DSI sur ce sujet conduisent à passer de phase de pilote à l'intégration pleine du social dans l'offre collaborative de l'entreprise. Ceci étant, les DSI sont confrontées à la difficulté de clarifier leur offre (du fait du recouvrement fonctionnel important des différentes briques) et la mise en place d'une approche d'accompagnement des utilisateurs qui soit efficace.



La transformation numérique progresse sur 4 fronts

L'émergence d'équipes en charge de la transformation numérique

→ La collaboration était orpheline, la transformation numérique a son CDO

Les Chief Digital Officers construisent l'entreprise de demain. Ils seront probablement les futurs dirigeants dans bon nombre d'entreprises, tout comme la transformation numérique est le terrain d'expression des Leaders de demain.

40% des sociétés du CAC 40 ont nommé un Chief Digital Officer. Il est rattaché à la direction générale et prend en charge la transformation numérique de l'entreprise. Ses missions et moyens sont en revanche variables d'une entreprise à une autre. C'est une évolution initiée il y a 2 ans qui montre la prise de conscience de l'enjeu stratégique pour les entreprises.

Leur mission est généralement composée de deux volets :

Evolution de l'offre par l'innovation dans les services numériques et exploiter les opportunités de l'évolution des usages des consommateurs, du big data, de l'internet des objets et progressivement de l'impression 3D, etc.

- Communication digital, marketing digital et e-commerce : l'entreprise se doit d'être présente là où sont ses clients et s'adapter à leur manière de communiquer. D'ailleurs, il ne s'agit plus trop de communiquer vers eux, mais de s'insérer dans leurs conversations. Les consommateurs s'organisent et développent une meilleure expertise dans leur achat ; les approches marketing et de ventes s'adaptent en conséquence.

- Application mobile : plus de la moitié des français sont équipés d'un smartphone qui est devenu un canal de

40%
des sociétés du CAC 40 ont un Chief Digital Officer

distribution de nouveaux services à l'exemple d'Axa et son application Axa Drive d'assistance à la conduite.

- Offre disruptive : comme les GAFA (Lire l'excellente étude de FaberNovel http://www.fabernovel.com/fr/gafa/), l'entreprise doit innover de manière disruptive, savoir aller en dehors de son marché historique et réussir à cannibaliser ses produits. La Poste pivote aujourd'hui autour de son capital « confiance » et vient de présenter au CES de Las Vegas son service PostAccess de serrure connectée.

Transformation interne : rendre l'entreprise agile et améliorer l'efficacité de son fonctionnement dans la nouvelle économie des savoirs et un écosystème en réseau.

Il s'agit d'abord de la rendre apprenante de manière plus efficace et réactive que jusqu'à alors. Chaque collaborateur, chaque manager doit être alerte et investi dans l'adaptation de sa mission. Il ne s'agit plus tant d'aller vers une destination mais de se mettre en mouvement vers une cible qui est elle même mouvante. La mise en réseau des acteurs est une manière efficace de partager les expériences et savoirs. Pour être en réseau, il faut changer de posture et adopter de nouveaux outils.

Ensuite, il s'agit d'adapter les organisations encore très marquées par des silos afin d'adopter des modes d'organisation en réseau, plus collaboratifs. Pour cela, impliquer les managers dans cette re-conception, expérimenter en s'appuyant sur des plateformes sociales, accompagner et améliorer au fil de l'expérience acquise.

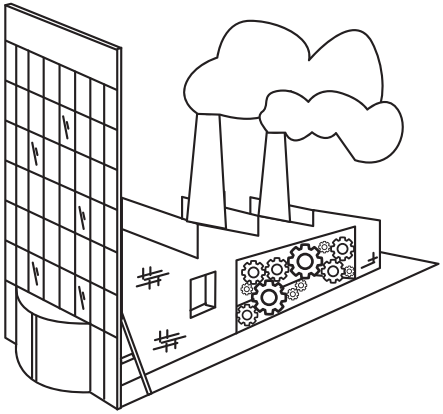
Pour terminer, il s'agit de tirer partie de cette mise en réseau pour mobiliser l'intelligence collective au quotidien pour traiter des incidents, résoudre des irritants ou développer des initiatives qui pourront être les innovations de demain. Pour cela, l'esprit d'initiative interne doit être libéré : accepté par le management et valorisé. Le réseau social est encore là pour faciliter l'expression individuelle et maximiser les synergies, donner une capacité de mobilisation pour fédérer ceux qui contribueront à concrétiser leurs projets.

La transformation numérique a commencé par la réplication de modèles existants déclinés dans le numérique (site internet, e-commerce) pour arriver aujourd'hui à une évolution plus structurelle (réflexion du parcours client sur l'ensemble des supports numériques et physiques, intégration du numérique dans les magasins (Darty), association du numérique aux produits, création de nouveaux services répondant aux opportunités de l'ère numérique.

Les investissements sont logiquement externalisés puis ré-intégrés dans l'entreprise. En interne, il n'est pas possible d'externaliser mais la démarche est similaire. L'entreprise s'appuie sur des porteurs d'initiatives qui vont fédérer autour de leur projet leurs collègues, démontrer l'opportunité et essaimer en interne. Force est de constater que cette liberté d'initiative nécessite une acculturation pour rendre cela « acceptable » des autres et notamment des managers. C'est un investissement plus long pénalisé par des logiques économiques court-termistes.

Cette situation conduit **l'entreprise à se fracturer avec des appendices numériques et un corps qui évolue moins vite**. La communication corporate conduit également à créer un effet loupe sur des services numériques émergeant mais générant un CA marginal.

L'entreprise « digitalisée » ressemble encore à ça



	DÉCLINER **Le numérique est utilisé comme un canal dématérialisé**	**COMBINER** **Le numérique enrichit les dispositifs existants**	**CRÉER** **Le contexte du numérique ouvre de nouvelles opportunités**
Exemple d'Innovation numérique	Communication via un site internet, vente en ligne	Intégration du numérique et des magasins dans le parcours Client. Ex : Connected store de Darty	Nouveaux produits liés à l'ère numérique : Axa Drive, PostAccess
Exemple de transformation interne	Boite à idées en ligne	Communauté innovation	Crowdfunding et Crowdsourcing interne Ex : Jump (BNPP CIB)

Le rôle des équipes Digitales dans les entreprises sur la transformation interne

→ **D**éveloppement de l'offre numérique. Au delà de l'adoption d'une nouvelle stratégie de communication sur les médias sociaux ou de marketing digitale, il s'agit de développer l'extension numérique de son produit et service, d'imaginer les nouvelles offres à créer dans le paradigme numérique. L'entreprise ne pourra réussir dans l'ère numérique sans être transformée dans son fonctionnement, dans sa culture.

Le Chef Digital Officer doit aider spécifiquement les fonctions supports (ressources humaines, IT, achats, juridiques, communication interne, etc) à évoluer car ces dernières ne peuvent le faire au contact de la mutation de leur environnement externe (comme la communication, la vente, le marketing, etc). Ceci est d'autant plus vrai dans les grandes entreprises qui, du fait de leur taille, ont tendance à vivre en vase clos.

Le Chief Digital Officer agit sur les quatre fronts (précédemment cités) travaillant à faire évoluer l'entreprise :

	STADE 1 : PRÉPARER	STADE 2 : EXPÉRIMENTER	STADE 3 : INTÉGRER
Stratégie	Acculturer	Définir une stratégie numérique	Intégrer cette stratégie numérique dans la stratégie de l'entreprise
Métier	Acculturer (faire comprendre, donner du sens et impliquer)	Expérimenter	Intégrer dans le processus et faire évoluer l'organisation, les compétences, le modèle économique, le tissu partenarial, etc.
Informatique	Acculturer (ouvrir à d'autres mode de gestion de projet, adapter les référentiels sécurité)	Créer un contexte permettant l'expérimentation : acceptation du Saas/Cloud, gouvernance adaptée, mise à disposition d'API avec le SI métier	Urbaniser le SI social
Collaborateur	Acculturer	Créer un contexte favorable à la prise d'initiative	Valoriser les initiatives et les démarches de Leaders de pratiques

Le CDO devra prendre des risques et permettre aux équipes de sortir du cadre normal instauré dans l'entreprise. L'emploi d'applications Saas/Cloud est un exemple, assumer les flous juridiques sur des situations nouvelles ou déroger à des règles tacites qui se sont imposées dans le temps au sein de l'entreprise. Au CDO de le faire avec intelligence, respect des autres et être force de conviction.

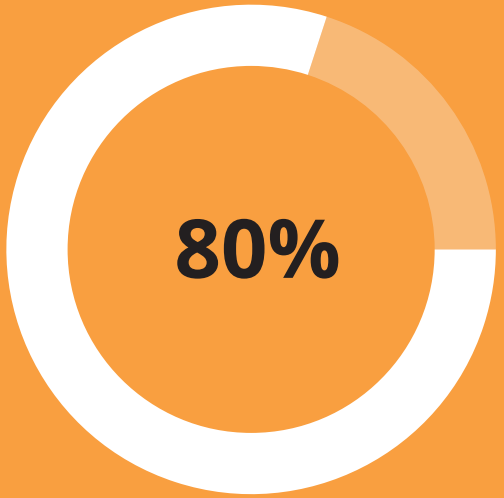
Les RSE en entreprise

→ **80 % des sociétés du CAC 40 ont au moins un RSE.** Pour 75% des sociétés du CAC 40, il existe un RSE transversal au Groupe accessible à tous les collaborateurs.
Tous les secteurs sont concernés : Industriel (Michelin, Renault, Technip, Total), Luxe (L'Oréal, LVMH), Banque/Assurance (AXA, BNNP, SG), Telecom (Orange).

Toutes ces entreprises ne sont pas pour autant au même stade.

Des entreprises comme Orange ou Bouygues s'engagent sur la 2ème génération de Réseau social d'entreprise. Avoir un RSE ne signifie pas non plus avoir réussi à le peupler. D'abord, pour beaucoup d'entre-elles ce n'est pas la priorité ; il s'agit d'abord de créer de la valeur d'usage et de la valeur métier. Le RSE n'est pas un outil de communication qui compte son audience comme l'Intranet.

Si certaines comme EDF (VEOL), ont socialisé leur Intranet, d'autres distinguent plus nettement le RSE de l'Intranet ou l'associent à leur plateforme collaborative (MyDéclic, Renault). Le positionnement du RSE n'est pas anodin en terme d'usage recherché. Les approches de déploiement et d'accompagnement sont également différentes. Les choix technologiques sont également structurant ; parfois il sont réalisés sciemment, parfois c'est l'éditeur qui influence par l'architecture de son offre le positionnement du RSE dans le paysage des outils de communication et de collaboration de l'entreprise.



Les porteurs de changement sont les stimulateurs

→ Lecko constitue depuis 2 ans des Abaques de l'évolution des usages des utilisateurs des plateformes de Réseau social d'entreprise d'un panel d'entreprise :

Air Liquide, Albea Group, Allianz, Bouygues Immobilier, Crédit Agricole SA, ENRX, GDF Suez, Givaudan, Icade, JCDecaux, Lafarge, La Poste, L'oréal, Lecko, Louis Vuitton, Michelin, ONF, RATP, Simply Market, Solvay

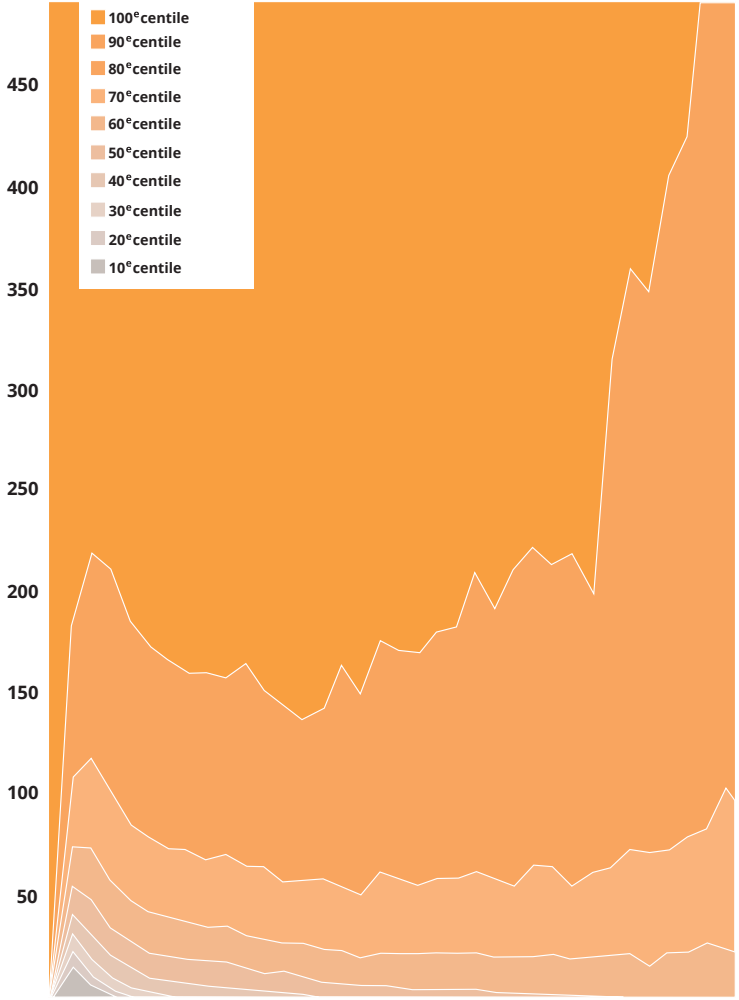
Ces abaques sont élaborés grâce à l'analyse des logs d'activités de leur plateforme fournie par Lecko Analytics.

Ces abaques comportent aujourd'hui les données de 101 000 utilisateurs, 9 358 communautés. Elles sont utilisés pour fournir des points de repère aux Community Manager et les informer de la trajectoire que suit leur espace.

Les enseignements extraits de la première édition se confirment :

- La forme caractéristique de l'adoption
- La proportion d'usage traditionnel de diffusion d'information reste très important

Seul 20% des espaces créés sont pérennes et portent de nouveaux usages collaboratifs.



Le RSE, plateforme d'expression des usages émergents

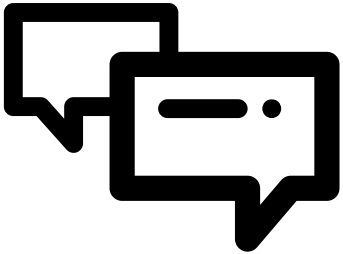
→ Le RSE, plateforme d'expression des usages émergents et catalyseur d'une évolution culturelle

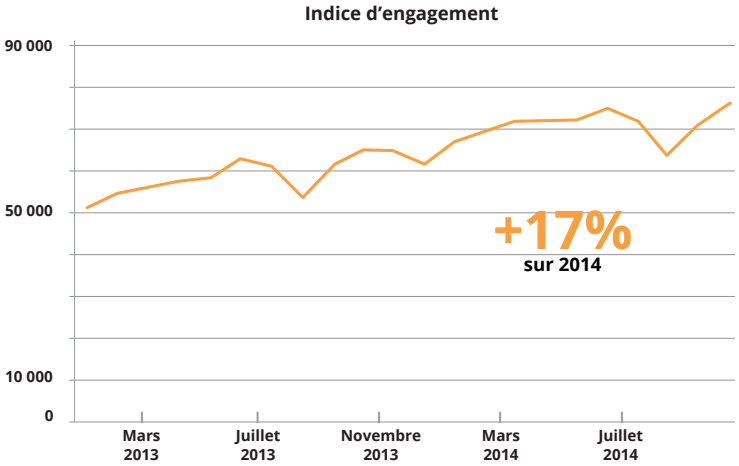
L'organisation collaborative et social s'exprime sur les RSE. Le RSE devient le révélateur des synergies, des interactions entre les collaborateurs. Grâce à la plateforme, les plus impliqués peuvent prendre plus d'initiatives, fédérer autour d'eux des collaborateurs pour inventer et proposer des solutions aux irritants du quotidien jusqu'au futurs produits et services de l'entreprise.

La collaboration est une culture (pas une méthodologie) cela ne s'apprend pas, cela s'expérimente. Il ne s'agit pas tant de former les gens que de les accompagner dans l'expérimentation de ces nouveaux usages. Les convaincre de faire l'effort de changer leurs habitudes, créer un contexte propice, motiver et fédérer autour de l'initiative, valoriser les progrès, animer la réflexion permettant à chacun de faire son cheminement dans l'appropriation d'une nouvelle culture.

Les usages s'intensifient. L'indice d'engagement mesure le niveau d'engagement des 1000 meilleurs utilisateurs (ayant plus de 6 mois d'activités pour sortir de l'effet du pic de curiosité). En 2014, il a progressé de 17% sur les plateforme du panel (à comparer au 18,2% en 2013).

Les usages se démocratisent. Les entreprises ont rendus accessibles leur RSE à tous leurs collaborateurs et travaillent à le peupler. Les meilleures d'entre elles, captent l'attention de près de 10 000 nouveaux collaborateurs / an et accroissent de 2500 utilisateurs actifs* / an.
* un utilisateur actif étant un utilisateur qui a contribué au moins une fois.





Les porteurs de changement sont les stimulateurs

→ **80% des communautés sont le fruits de l'initiative des CM** (seul ou avec leur collègues), 15% sont des communautés commandées par la hiérarchie, 5% des CM prennent le relais d'initiatives engagées par d'autres.

L'enjeu est de les recruter et les aider à réussir.

L'entreprise possède naturellement un réservoir de porteurs d'initiatives.

- Certains seront des Éclaireurs : ils ouvrent la voie aux autres en leur montrant de nouvelles pratiques de travail
- Certains seront des Leaders de pratiques : ils arrivent à fédérer et entrainer les autres dans leur initiatives collaboratives
- D'autres des Enchanteurs : Ils donnent du sens aux évolutions en cours et facilitent l'acceptation des changements en cours.

Dans la grande majorité des situations rencontrées, la motivation des porteurs d'initiatives tient au fait qu'ils y trouvent une source d'épanouissement. Les grandes organisations ont pourtant l'habitude de faire preuve de conservatisme faisant pression sur le porteur de changement. L'intérêt des dirigeants de ces organisations est de rapidement réussir à créer un contexte légitimant le changement, l'agilité intellectuelle et favorisant l'expression du leadership.

Démarche adoptée pour la réalisation du Benchmark des pratiques d'animation

→ Lecko a poursuivi sa démarche de Benchmark initiée l'année dernière en complétant l'analyse des activités sur leur plateforme RSE par un questionnaire auprès des Community managers. L'objectif était de comparer les pratiques d'animation employée par chacun avec les résultats obtenus.

92 community managers (dont 22 de filiales internationales) ont répondu.

L'analyse a consisté à identifier l'effet de chaque pratique d'animation (ou élément de contexte) sur la réussite de l'espace. La réussite a été évaluée sur la combinaison des réussites déclarées et des mesures prises avec Lecko Analytics. Les espaces ont été regroupés en 2 sous-ensemble au contexte de développement d'usage comparable : les espaces d'équipes, projet et processus d'un coté et de l'autre : les communautés de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide. Lecko apporte également son expertise dans l'interprétation des résultats bruts.

ENSEIGNEMENTS DU BENCHMARK - *Influence du contexte*

→ Influence des contacts entre les utilisateurs :

Espace projet, équipe et processus
Les membres des espaces performant se connaissaient moins (à la création) que ceux des espaces atones. Le succès d'un espace tient essentiellement à son porteur et « commander » une communauté est généralement contre productif.
Les espaces projets fonctionnent mieux pour répondre à des besoins de rapprochement. Utiliser un espace de travail pour des personnes qui se côtoient au quotidien, et qui ont probablement déjà des habitudes de communication réduit le bénéfice apporté par la plateforme et nécessite un changement d'habitude collectif simultané. Créer un espace de travail avec un nouveau groupe de travail, qui plus est, ayant peu d'habitude commune est plus facile.

RAPPROCHER DES PERSONNES QUI SE CÔTOIENT DÉJÀ FRÉQUEMMENT :	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
38% se côtoyaient fréquemment **63%** occasionnellement	**Aucun ne se côtoyait fréquemment** **30%** occasionnellement

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
Les espaces transversaux sont générateurs de « liens faibles ».

ETENDRE SA COMMUNAUTÉ À DES POPULATIONS QUI NE SE CONNAISSENT PAS	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
Créateur de liens pour **13%** **75%** se côtoyaient occasionnellement **13%** se côtoyaient fréquemment	Créateur de liens pour **31%** **69%** se côtoyaient occasionnellement

→ Influence du sponsor :

Espace projet, équipe et processus
Le sponsor n'est ni un pré-requis, ni un facteur clef de succès pour des espaces. S'il ne faut pas rechercher son investissement, avoir son approbation et bénéficier de son influence est important.

BÉNÉFICIER D'UN SPONSOR	DÉFAVORABLE	FAVORABLE
		NEUTRE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
50% des espaces ont un sponsor	**50%** des espaces ont un sponsor

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
Pour les espaces transversaux, le sponsor est plus influent dans la réussite. Il s'agit souvent de libérer les possibilités de s'investir sur des activités sortant du périmètre de son entité d'affectation.

BÉNÉFICIER D'UN SPONSOR	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
50% des espaces ont un sponsor (pour 38% il participe occasionnellement)	**75%** des espaces ont un sponsor (Pour 50% il participe occasionnellement)

Influence de l'accès au RSE :

Espace projet, équipe et processus
La continuité avec son environnement de travail est un facilitateur. L'accès en mobile n'est pas en revanche un accélérateur.

FACILITÉ D'ACCÈS	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
13% ont des difficultés d'accès **25%** disposent du SSO **13%** dispose d'un accès mobile	Aucun **31%** disposent du SSO **54%** dispose d'un accès mobile

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
L'usage en mobilité est plus développé dans le cadre de communautés transversales. Il s'agit de s'informer, réagir, faire circuler une information.
L'accès depuis son mobile devient un facteur important pour la réussite.

L'ACCÈS MOBILE	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
38% ont des difficultés d'accès **25%** disposent du SSO **13%** dispose d'un accès mobile	**15%** ont des difficultés d'accès **31%** disposent du SSO **54%** disposent d'un accès mobile

Influence de l'utilité Métier

Espace projet, équipe et processus
Etonnamment, l'utilité ne conduit pas nécessairement à l'adhésion. Ce résultat peut s'expliquer d'une part par l'inefficacité de vouloir imposer la participation à des collaborateurs et d'autre part par l'utilité « relative » perçue par celui qui en est à l'origine.

UTILITÉ MÉTIER	DÉFAVORABLE	FAVORABLE
		NEUTRE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
25% des espaces sont indispensables **75%** sont utiles mais connexes à l'activité principale des collaborateurs	Aucun n'est indispensable **100%** sont utiles mais connexes à l'activité principale des collaborateurs

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
L'utilité est un prérequis mais son caractère « indispensable » à l'activité des collaborateurs n'est pas un facteur déterminant. L'implication se développe dans des contextes libres.

UTILITÉ MÉTIER	DÉFAVORABLE	FAVORABLE
		NEUTRE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
15% des espaces sont indispensables **75%** des espaces sont utiles mais connexes à l'activité principale des collaborateurs	**14%** des espaces sont indispensables **77%** des espaces sont utiles mais connexes à l'activité principale des collaborateurs

→ Origine de l'espace / communauté :

Espace projet, équipe et processus
La réussite d'une initiative tient énormément à l'investissement du porteur. Il ne s'agit pas d'une simple mission d'exécution.

COMMANDER UNE INITIATIVE	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
13% des initiatives viennent du CM **50%** des initiatives viennent du chef ou du prédécesseur	**71%** des initiatives viennent du CM Aucune des initiatives ne viennent du chef

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
Encore plus important que de laisser l'initiative aux personnes volontaires, les porteurs doivent réussir à fédérer et impliquer un noyau dur de personnes pour lancer avec réussite leur initiative.

CONSTRUIRE SON INITIATIVE AVEC UN NOYAU DE PERSONNES	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
25% des initiatives sont construites avec un noyau de personnes **75%** des initiatives viennent du CM	**69%** des initiatives sont construites avec un noyau de personnes **31%** des initiatives viennent du CM

Influence des actions

→ **Les Community Managers sont avant tout des porteurs d'initiatives. Ils doivent ouvrir la voie vers de nouvelles pratiques et démontrer l'intérêt de leur proposition d'usage. Dans la majorité des situations, les espaces créés sont aussi des terrains d'apprentissage :**

Part des espaces jouant le rôle de terrain d'apprentissage

- 1/3 des espaces sont des espaces d'apprentissage (découverte) pour presque tous les utilisateurs
- 1/3 des espaces d'apprentissage pour une majorité
- 1/3 des espace d'apprentissage pour quelques uns

La quasi totalité des Community Managers interrogés sont convaincus que les atouts pour réussir leur mission sont : enthousiasme, crédit, persévérance, relationnel.

Espace projet, équipe et processus : 1. Enthousiasme, 2. Persévérance, 3. Crédit
Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide : 1. Enthousiasme, 2. Relationnel, 3. Persévérance
Ils n'ont pas choisi : exemplarité, autorité hiérarchique ou pédagogie

→ **Influence du rythme de publication :**

Espace projet, équipe et processus
La publication sur un espace d'équipe ou projet doit suivre l'activité quotidienne. Il s'agit généralement de déporter des informations diffusées par mail dans le nouvel espace.

RYTHME DE PUBLICATION ÉLEVÉ	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
13% publient 1 fois / semaine	**86%** publient 1 fois / semaine

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
Créer de l'activité sur son espace est une nécessité. Il s'agit d'abord de créer de l'attention mais prudence à ne pas rester dans un usage de diffusion. L'enjeu est d'arriver à engager ses membres dans des échanges. Tenir dans la durée est également un facteur important.

RYTHME DE PUBLICATION ÉLEVÉ	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
38% publient 1 fois / semaine **13%** publient 1 fois / mois **50%** ont partagé au début, **puis arrêté**	**69%** publient 1 fois / semaine **31%** publient 1 fois / mois

Influence de l'accompagnement lors du lancement :

Espace projet, équipe et processus
L'enquête révèle que tous les Community Managers réalisent de l'accompagnement ! La notion d'accompagnement semble assez large car à l'inverse les utilisateurs se disent non accompagnés. Cet élément montre que des progrès doivent être effectués pour améliorer l'efficacité de l'accompagnement.

ACCOMPAGNEMENT LORS DU LANCEMENT	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
76% ont réalisé une présentation de groupe et suivi **13%** indiquent un espace de support	**43%** ont réalisé une présentation de groupe et suivi **29%** indiquent un espace de support

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide

ACCOMPAGNEMENT LORS DU LANCEMENT	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
75% ont réalisé une présentation de groupe et suivi	**85%** ont réalisé une présentation de groupe et suivi

Influence de l'accompagnement des CM :

Espace projet, équipe et processus
Les Community Managers ayant suivi un accompagnement ou une formation réussissent significativement mieux.

COACHING DES COMMUNITY MANAGERS	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
38% des CM sont coachés	**57%** des CM sont coachés

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide
Les Community Managers ayant suivi un accompagnement ou une formation réussissent significativement mieux.

COACHING DES COMMUNITY MANAGERS	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
26% des CM sont coachés	**62%** des CM sont coachés

Impact sur la transformation

→ **L'entreprise accorde peu d'attention à ceux qui portent le changement en interne. Alors que leur rôle est essentiel. La mise en pratique est un levier efficace pour changer les comportements.**

Expérience pour le Community manager :

Porter une initiative collaborative est une activité difficile. Il faut d'une part faire face à l'attentisme ambiant et d'autre part tenir dans la durée pour escompter créer une dynamique de changement.

10% des Community Managers trouvent l'expérience « gratifiante » ou « épanouissante »
18% des Community Managers trouvent l'actions assez naturelle
27% des Community Managers trouvent l'action d'animation « laborieuse » (le taux monte à 55% pour ceux qui ont des espaces Atones)

Contribution à changer les pratiques des utilisateurs

Espace projet, équipe et processus
Les Community Managers expriment leur ressenti de voir les comportements évoluer grâce à la mise en pratique. Le constat est que même les espaces Atones contribuent à changer le comportement.

RÉSULTATS SUR LE CHANGEMENT DES PRATIQUES DES UTILISATEURS	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
Aucun n'a changé les pratiques de la majorité des utilisateurs **50%** ont changé les pratiques d'une partie des utilisateurs	**14%** ont changé les pratiques de la majorité des utilisateurs **43%** ont changé les pratiques d'une partie des utilisateurs

Communauté de pratiques, de veille, d'innovation et réseau d'entraide

RÉSULTATS SUR LE CHANGEMENT DES PRATIQUES DES UTILISATEURS	DÉFAVORABLE	FAVORABLE

ESPACES ATONES ↘	ESPACES PERFORMANTS ↗
26% ont changé les pratiques de la majorité des utilisateurs **63%** ont changé les pratiques d'une partie des utilisateurs	**30%** ont changé les pratiques de la majorité des utilisateurs **46%** ont changé les pratiques d'une partie des utilisateurs

Vers la professionnalisation des équipes digitales

→ La professionnalisation des équipes digitales s'inscrit dans la lignée de celle des fonctions de chef de projet ou les métiers de la conduite du changement. L'entreprise devenant apprenante, animer et valoriser les dynamiques de « leadership » portant le changement devient un enjeu stratégique pour l'entreprise.

Les limites actuelles : les réussites des précurseurs sont difficiles à reproduire puisque ce n'est pas tant l'usage final qui compte mais comment ils ont réussi à emmener leurs collègues vers cette évolution. Les opérationnels ont peu de temps et sont tentés par une action coup de poing, souvent feu de paille.

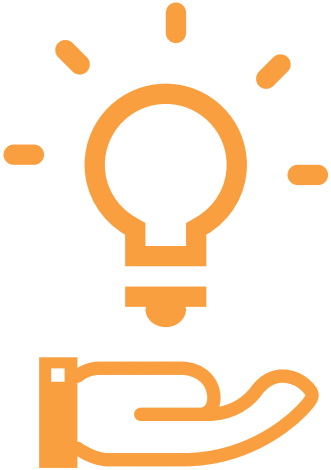
Professionnaliser les Changes Leaders. Le besoin de professionnalisation dans l'entreprise n'est pas tant sur l'animation de communautés mais sur l'accompagnement de la transformation interne.

- Un changement long ; l'objectif est de rendre l'entreprise apprenante
- Complexe : frein culturel à tous les niveaux (inertie importante, plus qu'une résistance), impact large (métier, organisation, business modèle)
- Disruptif : difficile de faire progresser l'existant, il s'agit de trouver des solutions nouvelles pour prendre le relais. Concurrence et cannibalisation à gérer.
- Combination de l'innovation frugale, méthode agile.

Le RSE permet de porter des initiatives nouvelles conduisant à la transformation interne. Les initiatives ne doivent pas être perçues comme l'apport d'une réponse à un besoin exprimé mais comme la volonté de bâtir une nouvelle approche dont le coté disruptif est accepté.

La professionnalisation de l'accompagnement de ces acteurs permettra d'augmenter la capacité de transformation :

- Reconnaissance de leur rôle (acceptation de l'environnement)
- Création d'une dynamique collective (émulation)
- Efficacité accrue (adoption des bonnes pratiques)



→ L'arrivée du Digital chez Renault

Trois étapes clefs ont structuré le développement du Digital chez Renault :

1ère phase : à partir de 2000, Renault développe un pôle e-business rattaché à la direction général. Les activités B2C et B2E sont deux axes de développement distincts.

2ème phase : en 2004, Renault investit dans une plateforme Digital globale lui permettant d'unifier progressivement l'ensemble de ses sites internets (filiales et pays). Les activités sont alors réparties aux métiers (les activités B2B aux achats, B2C au commerce et celles internes au Secretaire général).

3ème phase : en 2010 un audit marketing demandé par Patrick Pélata, DG de Renault, révèle l'enjeu stratégique du Digital et les déperditions existantes d'une organisation essaimée résultant de son historique. Renault embauche Patrick Hoffstetter en tant que Chief Digital Officer. Il rapporte au Chief Marketing Officer.

Mission du Chief Digital Officer

La mission initiale était de définir la stratégie digitale et la mettre en oeuvre auprès des clients internes (pays) et acteurs en central. Pour cela, la Digital Factory est créée. Elle regroupe une 50aine de personnes travaillant sur le Digital, complétée par des collaborateurs connaissant bien le métier de Renault et quelques recrues externes. L'équipe continue à déployer la plateforme technique dans environ 80 pays permettant ainsi une gestion centralisée plus efficace. Une stratégie « média sociaux » est élaborée et une organisation correspondante est mise en place : une 50aine de relais en charge de chaque pays animent notamment d'une page Facebook locale et suivent l'e-réputation (grâce à un outil également centralisé). Avec ses 18 millions de fans sur Facebook, Renault se situe aujourd'hui dans le top 3 des entreprises dans le monde. Près de 150 000 ventes (soit environ 10% des ventes totales) sont réalisées sur des leads digitaux.

Une 50aine de personnes sont rattachées à la Digital Factory. Les activités IT en charge du volet B2C lui sont rattachées (alors que celles pour le B2E sont restées à la DSI).

RENAULT

RENAULT

→ De l'aveu de son CDO, il est plus facile d'obtenir des budgets pour développer le volet B2C dont dont le retour sur investissement se mesure plus aisément que pour le volet B2E. Le B2E est plus complexe à traiter. Il est d'abord moins externalisable, l'entreprise de demain se fera bien avec les collaborateurs d'aujourd'hui. Changer les habitudes et développer la culture collaborative porte ses fruits sur du long terme. Or ces dernières années, l'entreprise a du faire face d'une part à une crise économique et d'autre part à une évolution rapide des modes de consommation avec le Digital imposant à Renault de prioriser ses investissements. Aujourd'hui le contexte est plus propice à travailler sur une transformation interne plus profonde.

Périmètre du Chief Digital Officer

Le numérique a toujours pris en compte les deux volets B2C et B2E. Ce n'est que depuis la création de la Digital Factory et la nomination d'un CDO que le sujet est porté par une mission dédiée. Toutefois l'énergie investie est très nettement supérieure sur le volet B2C. Et la gouvernance est également différente : Si la Digital Factory est autonome sur le B2C, elle dépend de la DSI pour le développement de ses projets B2E.

Projets engagés et 1er résultats

La stratégie "médias sociaux" a permis de recruter 18 millions de fans sur Facebook. Près de 150 000 ventes (soit environ 10% des ventes totales) sont réalisées sur des leads digitaux.

Helios : Depuis 1 an, Renault et Nissan ont engagé un projet (baptisé Hélios) de refonte de tout l'écosystème digital BtoC.

MyDeclic, le réseau social de l'entreprise a embarqué la 1ère année 10 000 utilisateurs et créé 1000 communautés et doublé ces chiffres la 2nde année. :

Aujourd'hui, Renault aborde une 4ème étape en travaillant sur l'acculturation et la formation des collaborateurs à l'usage du numérique. Parmi les actions engagées, un Mooc à destination des concessionnaires est en préparation. Une réflexion est cours également sur une évolution de leur offre collaborative et sociale. La Digital Factory est depuis juillet 2014 rattachée à la nouvelle Direction Client (elle-même rattachée à la direction commerciale). L'entreprise évolue progressivement d'une orientation produit vers une orientation résolument client, entraînant au-delà de la construction des véhicules la capacité à délivrer de nouveaux services portés par le numérique.

ACCOR

→ ***Le contexte du numérique chez Accor***

Depuis mars 2014, la stratégie digitale est portée par Vivek Badrinath, Directeur Général Adjoint, en charge du marketing, du digital, de la distribution et des systèmes d'information. Accor a décidé d'y investir 225 m€ sur 5 ans dans le cadre d'un plan digital visant à asseoir son leadership sur l'ensemble de la chaine de valeur du parcours client.

Alors que plus d'un tiers des ventes de chambres se font sur Internet, le plan « Leading Digital Hospitality » s'appuie sur une approche globale des enjeux numériques, dans un environnement de marché marqué par l'accélération des mutations technologiques et l'évolution rapide des usages des clients.

Construit autour de trois cibles, les clients, les collaborateurs et les partenaires, ce plan stratégique a pour objectif d'intégrer et de repenser la place du digital tout au long du parcours client, d'améliorer l'offre aux partenaires investisseurs et de consolider les parts de marché du Groupe en matière de distribution.

La transformation engagée par Accor est à la fois stratégique, digitale et managériale. Ainsi le Groupe s'est également engagé dans une évolution culturelle majeure en interne en lançant un dispositif de communication interne 2.0 associant un intranet nouvelle génération, AccorLive, et un réseau social d'entreprise AccorLounge, proposé à ses 170 000 collaborateurs.

Accor en quelques mots

Accor, premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe est présent dans 92 pays avec 470 000 chambres dans 3 700 hôtels. Accor regroupe les marques Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, ibis Styles, ibis budget et hotelF1 et comporte 170 000 collaborateurs à travers le monde.

Interview de Christophe Cazard

Directeur média digital corporate du groupe Accor au sein de la Direction de la marque Accor, RSE et de la communication interne.

Quel est le rôle du Réseau social d'entreprise dans la transformation digitale ?

Mettre en place un Réseau social d'entreprise répond à la fois à une nécessité de disposer d'outils performants pour mieux travailler et collaborer au sein des équipes, mais également de catalyser la culture digitale aujourd'hui au cœur de la stratégie du Groupe.

→ 60% des collaborateurs du Groupe ont moins de 35 ans. Cela accentue la nécessité pour Accor d'adapter la culture de l'entreprise, de faire évoluer les modes de management vers plus de transversalité, plus de responsabilisation, de nouvelles pratiques de gestion et valorisation des compétences, intégrer l'innovation participative, etc.

Quelles sont les premières réussites du projet de Réseau social d'entreprise ?
Tout d'abord une réussite dans la gouvernance pour avoir convaincu les métiers du Groupe d'adhérer à une démarche globale au niveau mondial portée sur une plateforme commune personnalisable pour chaque marque. Cela se traduit par un portail unique réunissant plus de 60 intranets marques et métiers. Ce nouveau dispositif a nécessité presque 2 années de conception et de développement et un appui fort du Comex.

Il s'agit également d'une réussite technologique. Accor a travaillé en avant première avec Microsoft sur son offre Cloud hybride. En septembre 2014, AccorLive (portail intranet hébergé sur les serveurs de l'entreprise) et AccorLounge (réseau social hébergé dans le Cloud) étaient déployés sur l'ensemble des sièges et hôtels du Groupe. Ce dernier est accessible depuis tout terminal connecté à internet (smartphone, tablette, ordinateur), qu'il soit professionnel ou personnel. C'est par ailleurs un des premiers projets de cette ampleur géré en mode agile avec la DSI, aujourd'hui rattachée au CDO (Chief Digital Officer).

Nous sommes aujourd'hui dans la phase d'accompagnement au développement des usages. Les premiers résultats sont encourageants, plus de 10 000 collaborateurs ont créé leur profil et 600 communautés ont été créées en seulement 5 mois.

Quelles actions d'accompagnement sont engagées à ce jour ?
Nous poursuivons la promotion du Réseau social interne pour augmenter le nombre de membres grâce entre autres à des outils d'aide en ligne en 7 langues, développés avec l'Académie Accor, notre école de formation interne. Ces modules permettent aux collaborateurs de comprendre l'avantage qu'ils peuvent tirer dans leur quotidien des nouvelles fonctionnalités (partage de fichier, wall public, communautés...).
Nous stimulons également l'engagement en publiant des témoignages (ex : tweet interviews) et en valorisant les communautés les plus actives.
Enfin, nous animons deux communautés, la première ouverte à l'ensemble des membres du réseau social, la seconde réservée aux community managers.

Interview d'Eddie Abecassis

Chief Digital Officer de Swiss Life

Le contexte de la création de la Direction de la Stratégie Digitale chez Swiss Life

Eddie Abecassis est entré il y a 7 ans chez Swiss life en tant que patron de l'e-business, rattaché à la Distribution. Cette 1ère phase a permis de créer un nouveau canal de distribution, en générant des leads pour les agents de proximité. Cette activité représente par exemple 14% des ventes de santé individuelle chez Swiss Life.

Un plan Stratégie Digitale a été ensuite mis en place début 2013. Il était composé de plusieurs thèmes dont l'amélioration de la présence sur les médias sociaux, la co-création de produits avec les clients, la refonte de l'espace client, les réflexions sur l'agence de demain.

Les enjeux du Digital pour le secteur de l'assurance

Les GAFA ont poussé de nouveaux standards qui élèvent le niveau d'exigence des clients dans leur manière de consommer le numérique.
Les enjeux du digital pour le secteur de l'assurance dépassent donc l'amélioration du canal de distribution en ligne ou de la connaissance client.

Le Big data, par exemple, promet une évolution des métiers d'actuariat à la base des produits d'assurance. Le Big data permettra d'inventer des produits d'assurances spécifiques en échange du suivi du comportement du client avec la domotique pour la multirisque habitation, l'application mobile d'assistance à la conduite pour l'assurance automobile, les objets connectés de type Quantified-self (fr.wikipedia.org/wiki/Quantified_self) pour l'assurance santé.

Le périmètre de la mission de la Direction de la Stratégie Digitale

En janvier 2015, la stratégie digitale soutient la stratégie d'entreprise et priorise plusieurs axes de développement, de la connaissance client à la communication, en passant par l'industrialisation des process.

Tous les axes sont traités avec une importance égale. « La digitalisation concernait hier 10 spécialistes, elle concerne aujourd'hui toute l'entreprise », nous explique Eddie Abecassis, « un accompagnement des collaborateurs et une évangélisation sur les opportunités et les enjeux du numérique sont donc

→ nécessaires »

La nouvelle stratégie s'inscrit dans la continuité du plan précédent. Elle a pour objectif de prendre en compte l'évolution inéluctable des métiers de l'assurance.

Les moyens de la Direction de la Stratégie Digitale
Le rôle du CDO est de préparer l'entreprise de demain. Il se doit de convaincre et de fédérer chaque métier de l'entreprise de participer à la démarche de transformation. « Nous n'avons pas le choix, c'est une question de survie à moyen terme » rappelle Eddie Abecassis.
Son équipe d'une dizaine de personnes s'appuie sur les directions internes pour réaliser les actions de changement. Le CDO doit trouver des ambassadeurs en interne.

La DSI est le premier partenaire de la Direction de la Stratégie Digitale.
Depuis 2012, la DSI a créé une unité digitale pour répondre aux attentes de la stratégie digitale, à commencer par la création d'un nouveau site web Client et d'un Portail apporteurs. Cette unité d'une quinzaine de personnes fonctionne en mode agile. Elle a investi dans une nouvelle architecture technique permettant d'articuler les applications digitales avec le SI métier.

→ Ces dernières années, **Technip a entamé une transformation digitale et a mis en œuvre un certain nombre d'initiatives couvrant de multiples axes** : harmonisation du bureau et de l'environnement de travail des collaborateurs, modélisation des données et gestion des données de référence, cartographie des processus et applications, projet de « Data 360 », gestion de données de l'entreprise étendue, etc.

La collaboration est rapidement apparue comme la fondation du Digital chez Technip. Il s'agit d'une porte d'entrée à l'identification et le développement d'autres initiatives digitales. Outre des projets d'intranet de communication et de collaboration menés ou en cours, le choix technologique, effectué au dernier trimestre de l'année 2013, a donné une nouvelle impulsion en termes de collaboration sociale chez Technip, car il a laissé entrevoir un nouvel outil non prévu initialement dans ce paysage : le Réseau Social d'Entreprise.

Une étude d'opportunité menée premier semestre 2014, centrée sur le contexte et les besoins de l'entreprise en termes de Digital, a positionné le Réseau Social d'Entreprise au premier plan. La plus-value de ce nouvel outil et des nouveaux usages possibles est rapidement devenue une évidence pour le Management. Aujourd'hui en phase d'expérimentation, **cette initiative de collaboration sociale est un point d'entrée à la Transformation Digitale de Technip** : redonner du sens et harmoniser le paysage numérique des collaborateurs, repenser la gestion de l'identité, telles sont les opportunités qui s'offrent

Mission du Chief Digital Collaborative Officer (CDCO)

Le poste de Chief Digital Collaborative Officer fut créé au cours de l'année 2014. Originellement, la mission du CDCO était de définir et de mettre en œuvre la stratégie digitale de Technip, avec pour premier challenge la propagation et l'adoption du Réseau Social d'Entreprise par les 40 000 collaborateurs.

Les nouveaux outils collaboratifs amènent de profondes modifications de comportements et une évolution de culture qui ne peuvent pas s'opérer avec des actions d'accompagnement « classiques » où le collaborateur « subit » le changement. De plus, dans ce contexte économique particulier, l'Entreprise ne dispose pas de ressources infinies pour être au plus près de chaque personne et l'accompagner dans cette évolution… **Toute la stratégie doit se baser sur de l'opportunisme et le choix des populations à embarquer de manière progressive**. Imposer le Réseau Social d'Entreprise à travers un « Big Bang » réduirait les chances de réussites. Un des enjeux majeurs se situe au niveau de l'implication du management et d'ambassadeurs qui sont les mieux placés pour relayer les messages

clefs et porter le changement.

Périmètre du Chief Digital Collaborative Officer

Aujourd'hui, le périmètre du CDCO porte majoritairement sur le développement de la collaboration sociale au sein de l'Entreprise. Le Digital est un sujet partagé par de nombreuses entités et le rôle du CDCO est de donner de la cohérence aux initiatives et opportunités qui fleurissent sur ce sujet.

Projets engagés et 1er résultats

Aujourd'hui en phase pilote, le Réseau Social d'Entreprise de Technip montre des résultats encourageants qui permettront de dégager des enseignements avant d'envisager la propagation à l'échelle du Groupe.

Il est extrêmement intéressant de voir à quel point les utilisateurs se mettent à contribuer spontanément une fois la timidité envolée, et la manière dont ils s'approprient l'outil et développent de nouveaux usages qui n'existaient pas auparavant : **le Réseau Social d'Entreprise ne sert pas à remplacer des outils existants, mais bien à mettre en œuvre de nouvelles manières de faire**. De son côté, le management, une fois rassuré, adopte une posture bienveillante sur le réseau.

En parallèle du développement de la collaboration sociale, remettre à plat le paysage numérique dense des collaborateurs et **répondre à la question « quel outil pour quel usage ? »** est un besoin auquel le CDCO s'attache à répondre.
au Groupe en 2015 !

Interview d'Nathalie Andrieux

DGA en charge du numérique, La Poste

Quelles suites d'événements ont conduit à la création de la Branche Numérique ?

La Branche Numérique a officiellement été créée en septembre 2014 mais une Direction du Numérique avait déjà été constituée depuis septembre 2012. Le Président du Groupe, Philippe Wahl, a voulu, à travers cette création, accélérer la transformation digitale du Groupe que ce soit vis-à-vis de l'interne que de l'externe. Le constat s'est imposé de lui-même : la révolution numérique de la société est en marche et rien ne pourra l'arrêter. La Poste est, quant à elle, depuis des siècles aux services des Français et des entreprises ; elle a depuis toujours su s'adapter aux évolutions majeures de la société et elle entend bien continuer à le faire ! Le numérique est sans doute la plus grande révolution à laquelle nous ayons eu à faire face, car elle remet en question la nature même de notre activité historique : l'acheminement des messages. 2 options s'imposent à nous : soit nous voyons le Numérique comme une menace, et nous pouvons mettre la clé sous la porte (ex : Kodak). Soit nous voyons le Numérique comme une formidable source d'opportunités, et nous profitons de cette nouvelle donne pour nous réinventer. Vous l'avez compris, nous avons opté pour la 2ème option, et la création de cette nouvelle branche vise à nous en donner les moyens. Le « mouvement naturel » ne suffit souvent pas dans une grande structure, il faut impulser un « mouvement puissant » pour accélérer les changements structurels.

Quelle est la mission de la Branche Numérique ? et le rôle du Chief Digital Officer ? les éléments clefs de la stratégie de La Poste ?

La Branche Numérique est en charge de 4 missions :

Porter l'innovation pour le Groupe pour faire de La Poste un grand acteur du numérique et une marque digitale de référence. Mise en place de POC, d'expérimentations, … notamment en partenariat avec des start-up (cf. Lab Postal, Start'inPost).

Piloter l'expérience client en ligne (ventes et relation client) sur l'ensemble des interfaces numériques : site laposte.fr, applications mobile et tablettes, réseaux sociaux, dans un objectif de parcours/expérience client fluide (« sans couture »).

Accompagner la transformation numérique de toutes les branches d'activités de La Poste.

Développer de nouvelles solutions numériques ou hybrides, pour les particuliers, les professionnels et les entreprises > Ex : Big Data avec Mediapost Communication (cf. Media Data

→ Live), Ex : objets connectés avec Docapost (Cf. Hub numérique), Ex : confiance numérique avec la refonte du webmaillaposte.net

Les éléments clés de notre stratégie peuvent se résumer ainsi :

1.explorer toutes les opportunités offertes par le numérique (économie collaborative, silver économie, data, objets connectés, ...), sans tabou ni complexe, mais dans une posture d'humilité,
2. Humilité signifie, travailler avec l'ensemble des acteurs de ces écosystèmes numériques et notamment les start-up auprès desquelles nous avons à apprendre : agilité, mode itératif, ...
3. Se réinventer mais toujours dans le respect de nos valeurs : proximité, simplicité et confiance, sont des valeurs que nous cultivons depuis des siècles et qui prennent une dimension très contemporaine et essentielle dans cette nouvelle donne numérique.

Quels moyens sont alloués à la Branche Numérique ?

Un coup d'accélérateur a clairement été donné par le Président du Groupe, Philippe Whal, dans le cadre du nouveau plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir », avec un objectif ambitieux de 1 milliard de CA à horizon 2020.
Parmi les moyens alloués, il y a le rattachement de 2 filiales BtoB : Docapost et Mediapost Communication qui nous apportent une force d'innovation et de commercialisation supplémentaire. La Branche Numérique regroupe désormais près de 5 500 collaborateurs.
Une 3ème filiale, plus petite, a été créée avec Start'inPost, notre accélérateur industriel qui a pour vocation de mettre en relation des start-up avec des business units du Groupe pour nous aider à innover plus rapidement.

Quel est le périmètre des activités de la Branche Numérique ? comment se répartit l'effort entre l'innovation numérique et la transformation interne ? Comment articulez-vous les deux ?

Les 2 projets sont pour moi aussi importants l'un que l'autre, même s'ils ne sont pas au même niveau de maturité.
Nos projets d'innovation numérique externe ont démarré il y a plus de 10 ans. La Poste s'est intéressée très tôt au numérique, depuis les débuts d'internet avec la création du 1er webmail français, laposte.net, en 1999 qui compte aujourd'hui 3,7 millions de comptes actifs. Chaque activité a ensuite développé des services numériques pour répondre aux nouveaux usages : suivi en ligne de son colis, banque en ligne, Aujourd'hui, non seulement nous continuons à accompagner ces nouveaux usages en mode « agile »,

→ mais nous tentons aussi de les anticiper le plus tôt possible.
Le volet transformation interne est plus récent, et le projet est né avec la BNum, mais il est fondamental et de taille avec 270 000 collaborateurs ! Ce chantier relève à la fois de l'équipement des postiers en outils numériques (en smartphones pour les facteurs, en tablettes dans les bureaux de poste et agences postales communales, ...), de process plus agiles et itératifs (ex : un réseau social d'entreprise est en phase d'expérimentation actuellement), et de culture digitale ! La révolution numérique est bien évidemment technique, mais aussi culturelle. Le rôle du manager n'est plus le même, par exemple, notamment parce qu'il n'est plus le seul à détenir l'information. On attend de lui qu'il devienne un catalyseur d'équipe et un animateur qui porte l'innovation en permanence, qui ose entreprendre sans avoir forcément toutes les cartes en main, ce qui suppose d'accepter la remise en cause et porter le « good enough » = il n'est plus nécessaire d'attendre qu'un projet soit parfait pour le lancer, l'essentiel étant de pouvoir réagir vite, avec agilité et collectivement.

Les 2 chantiers sont désormais liés et à mener en parallèle : nous devons réduire l'écart entre l'équipement de nos clients et celui des postiers (à l'ère de l'informatique, les entreprises étaient mieux équipées que les particuliers, à l'ère du numérique c'est l'inverse !) et nos process doivent être en phase avec les nouveaux usages connectés de nos clients.

Quels sont les principaux projets et les premiers résultats ?

Les premiers résultats sont là: augmentation à deux chiffres de notre visitorat sur laposte.fr pour atteindre 11 millions de Visiteurs Uniques, plus de 15% de téléchargement de nos sites mobiles, et au global plus 21% de chiffre d'affaires !

Ces résultats nous confortent dans notre stratégie d'accélération. La pratique, jusqu'à présent, suit totalement nos projections théoriques et c'est une source de satisfaction.

Pour les offres BtoB, le lancement du Hub Numérique, notre plate-forme universelle de pilotage de l'ensemble de vos objets connectés, a créé la surprise au CES de Las Vegas avec d'excellentes retombées presse, et des contacts très fructueux avec de nombreux partenaires.

Il faudra compter avec nous sur ces sujets en 2015, rendez-vous l'an prochain pour un bilan qui, j'en suis convaincue, sera aussi satisfaisant que celui de 2014.

Gouvernance des programmes de transformation interne de grandes organisations

→ Quelque soit la taille du projet, la gouvernance fera face à la nécessité de fédérer différentes parties prenantes, laisser agir localement ceux qui veulent s'investir et assurer le respect d'un cadre de sécurité / conformité et l'atteinte d'un objectif commun.

Les grandes organisations doivent adopter une organisation en mesure de porter le déploiement à l'échelle de l'organisation. Le rôle de l'équipe centrale vis-a-vis des équipes locales est très impactant sur la réussite du projet de transformation. La tentation est de faire preuve d'autorité alors que seul le leadership permet d'obtenir des résultats.

La valeur offerte aux entités locales

- Prestations déléguées : formation à l'animation, fourniture de rapports statistiques, transmission d'un Kit de communication.

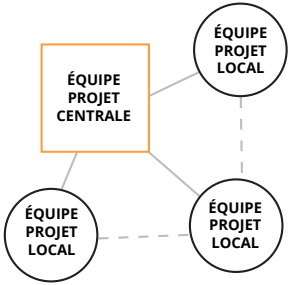
- Savoir-faire transmis : formation à l'accompagnement des équipes locales, formation et mise à disposition d'outils, animation du partage de pratiques en la matière et partage de « sources » ré-utilisable

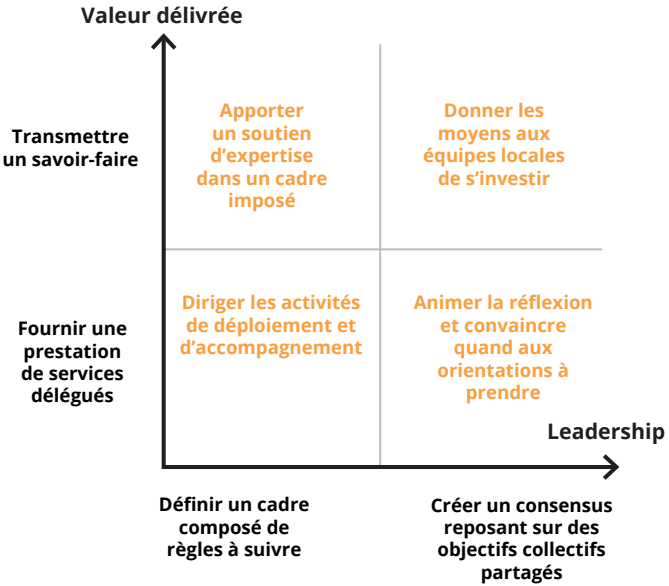
Leadership sur la transformation

- Définition d'un cadre composé de règles à suivre : les règles de gouvernance et le processus d'accompagnement sont imposées.

- Créer un consensus reposant sur des objectifs collectifs partagés : animer la réflexion et convaincre quand aux orientations à prendre,animer le partage de pratique et convaincre d'agir

Organisation du programme de transformation interne

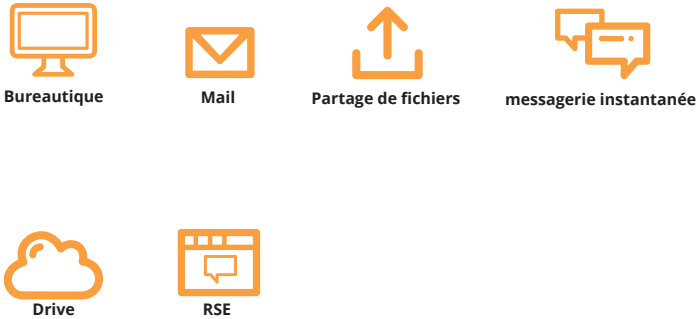




3 BÂTIR UNE OFFRE COLLABORATIVE

Distinguer les usages matures des usages disruptifs émergents

→ **Usages matures**
Ils s'inscrivent dans la continuité des usages existants, parfois il s'agit de produits « banalisés » dont les évolutions sont des améliorations des versions précédentes. Ces solutions concernent tous les collaborateurs et peuvent être déployées rapidement même si certains auront besoin d'être accompagnés pour retrouver leurs repères.



Usages disruptifs
Des usages nouveaux avec des changements de comportements qui intéresseront en premier lieu les early-adopters. Leur intérêt dans le contexte de l'entreprise sera démontré par des porteurs d'initiatives. Des leaders de pratiques contribueront à les essaimer.

La démarche d'équipement est foncièrement différente

L'écueil courant aujourd'hui est de nier cette différence et de traiter les usages disruptifs (et émergents) comme des projets de modernisation de l'équipement de pratiques matures au sein de l'organisation. Il est souvent difficile de faire cohabiter les deux au sein de la DSI. Les différences sont importantes et concernent l'ensemble des facettes du projet :

- Les processus d'arbitrage sont différents du fait des enjeux financiers et technologiques importants versus des solutions accessibles à la demande
- Phases de conception et d'étude amont indispensables face à un besoin d'agilité
- Expression de besoin à spectre large face à l'initiative de quelques uns
- Projet informatique préalable versus projet de développement des usages
- Chef de projet enrôlé face à un porteur d'initiative

Certains dans les entreprises transgressent les règles établies pour sortir du cadre des projets informatiques. La mise en place d'équipes en charge de la transformation numérique permet de poser la question de la démarche et l'organisation adoptée pour porter ces projets. Certaines entreprises choisissent de leur rattacher une équipe informatique dédiée.

Choisir ses technologies

→ **À** l'échelle locale, le choix technologique est un sujet simple, le projet de développement des usages représentant le cœur du travail. Il s'agit de clarifier l'objectif d'usage et d'identifier comment progressivement embarquer les utilisateurs. Le choix se déterminera sur la capacité d'une solution à contribuer à cet apprentissage et au développement de nouvelles pratiques.

Les technologies comme les usages évoluent vite. Les utilisateurs ont besoin de trouver une solution qui les accompagne dans leur propre évolution. Il s'agit souvent d'équiper une population volontaire.

La matrice ci-présente permet d'orienter la démarche de choix technologique. Elle s'appuie sur 2 critères :

- l'existence d'un usage cible dominant clair par distinction à celui d'une collaboration « généraliste »
- l'ambition d'avoir une solution RSE pour un périmètre identifié ou celle de s'équiper d'une infrastructure sociale.

Chaque cas de figure conduit à s'orienter vers une ou plusieurs matrices d'évaluation du marché présentes dans ce document.

TECHNOLOGIE RECHERCHÉE

USAGE CIBLE	Brique RSE	Infrastructure RSE *
Usage généraliste	Matrices potentiels sociaux	Matrices productivité *
Usage dominant exigeant	Matrices spécialisées	Plusieurs solutions sont nécessaires

* Toutefois aucune solution du marché n'offre d'interopérabilité suffisante

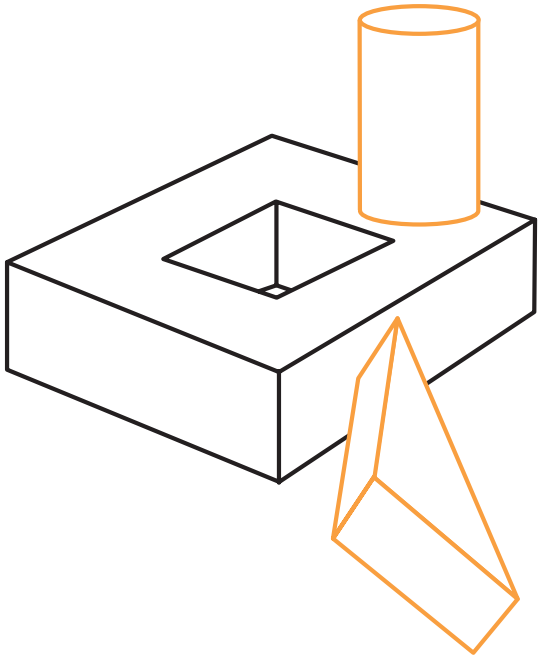
Difficile de compenser le manque d'intégration

→ Affecter le rôle des solutions dans une offre et suivant une cohérence compréhensible de tous. L'intégration des solutions est peine perdue dans un contexte de constante évolution. Le surcoût de l'intégration au regard du prix d'une solution Clefs en main qui plus est en mode Saas, est également dissuasif. Dans le contexte actuel, l'entreprise a plus intérêt à travailler sur les consignes d'usage, la promotion de ses services en lignes et son accompagnement. Plusieurs approches sont classiquement adoptées :

Faire basculer le centre de gravité d'une fonction d'une solution vers une autre (une solution traditionnelle un peu sociale ou une solution sociale qui reprend l'ancien). Il s'agit de trouver le meilleur compromis pour un usage donné au sein d'une offre technologique. Une solution de partage de documents pouvant cohabiter avec une solution de RSE. Certains choisiront de partager les informations de leur projet sur l'une, d'autres sur l'autre.

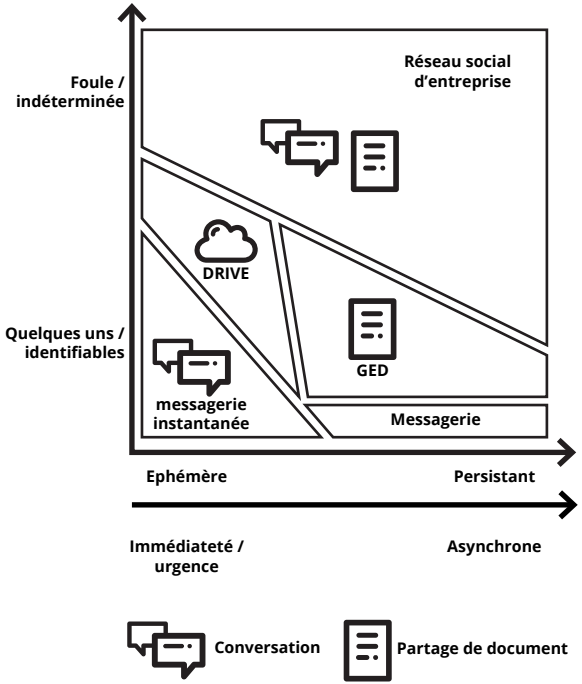
Laisser cohabiter des solutions concurrentes en privilégiant certaines. En fonction de la maturité des utilisateurs et de l'historique d'usage d'une équipe, le choix de la plateforme de collaboration peut différer. La gouvernance des offres collaboratives est parfois complexe, laissant l'ouverture à des choix multiples dans l'entreprise. Des solutions différentes mais à fort recouvrement fonctionnelles peuvent cohabiter.

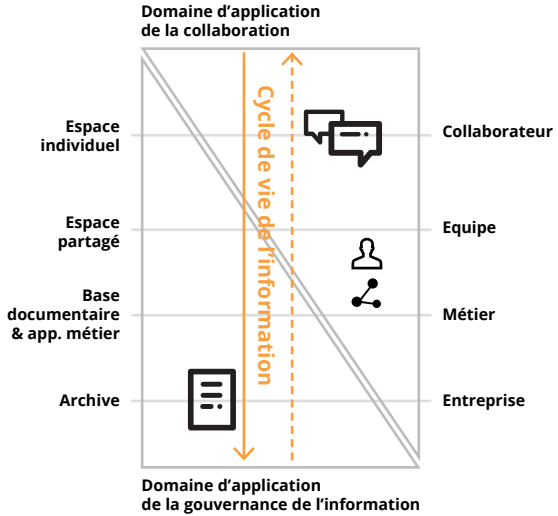
Basculer, après avoir déterminé une composition des meilleures solutions. Dans certaines situations il est préférable de conserver l'unicité de la plateforme pour assurer un référentiel commun. C'est le cas d'un Intranet ou d'un service de messagerie instantanée. L'organisation d'une bascule avec une reprise des données et configuration doit être prise en charge.



Positionner les outils et usages

→ Définir une place du collaboratif et du social au sein du SI et de l'offre collaborative





La collaboration et la possibilité pour chacun de partager du contenu conduit l'entreprise à revoir ses modes de gestion du cycle de vie de l'information.

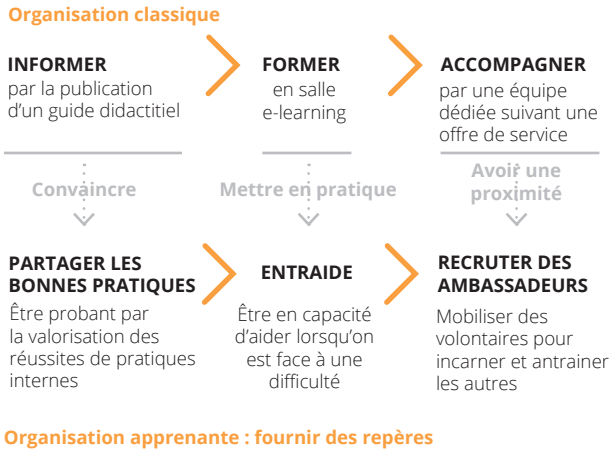
Promouvoir et porter cette offre

→ Dans un contexte de basculement (messagerie, intranet collab, etc), la question du choix de remplacer ses outils ne se pose pas a l'utilisateur. L'entreprise accompagne alors ses collaborateurs.

Dans un contexte d'une nouvelle offre à disposition (non obligatoire), au delà de l'appropriation de l'outil, la finalité et l'usage doivent être compris pour donner envie dans un contexte contraint, à un utilisateur de faire l'effort d'apprendre.

Chacun pourra constater les limites des actions de promotions classiques (y compris d'accompagnement) aux pratiques collaboratives. Informer ne suffit plus, il faut convaincre.

« Former » impose de mettre en pratique et « accompagner » nécessite proximité. Les organisations classiques souvent mises en place par les DSI et les universités internes rassurent leurs initiateurs mais sont peu suivies et peu efficaces. L'organisation a pourtant une capacité à apprendre par mimétisme et sur le tas qu'il est possible d'augmenter. Le RSE devient alors également support à son propre « accompagnement » (mais pas que).



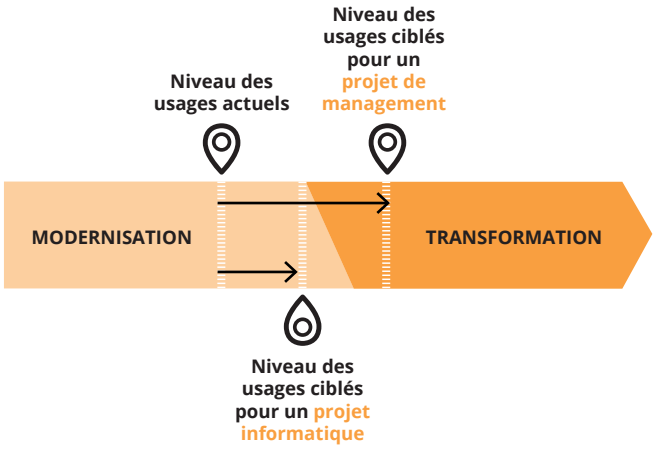
Changer ses pratiques de conduite de projet

→ L'acquisition des technologies sociales nécessite aussi de changer ses pratiques de conduite de projet.
Les offres Saas (clefs en main) traduisent un basculement du savoir-faire de conception d'une application chez les éditeurs ; il n'est plus nécessaire de transmettre un cahier des charges fonctionnel pour cadrer un choix de solution et le travail d'intégration qui s'en suivra.

Le client doit se focaliser sur l'identification de ses cas d'usages et penser au peuplement de sa plateforme, identifier les usages porteurs de nouvelles valeurs (souvent à moyen terme) et ceux assurant des bénéfices rapides. Abandonner le cahier des charges fonctionnel au profit d'un cahier des charges d'usages (Un contexte, des rôles, un objectif, un scénario). Les entreprises peuvent directement accéder aux offres et juger sur pièce. La réalisation de pilotes permettant de mieux appréhender les subtilités de la solution et mettre en situation les usages cibles peut remplacer bien des processus d'arbitrage longs et manquant souvent de pragmatisme.

Une intention plus ou moins ambitieuse
Moderniser relève d'une organisation classique, se transformer nécessite d'adopter une démarche et une organisation différente.

Distinguer l'ambition de moderniser de celle de transformer

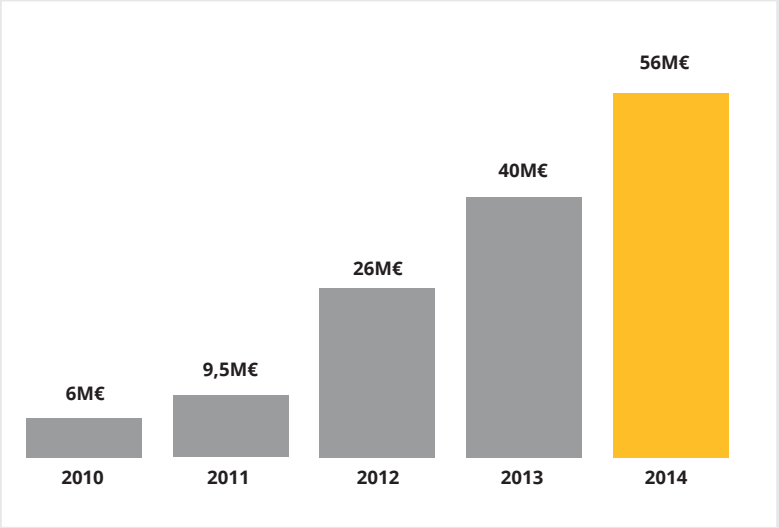


4 ANALYSE DU MARCHÉ

ÉVOLUTION DU MARCHÉ

→ Le marché des solutions de RSE progresse lui aussi fortement.

En France, Lecko estime une croissance des ventes de licences de solutions Saas à 40% (56 M€ en 2014). L'intérêt de Facebook pour ce marché est un signal supplémentaire de son potentiel.

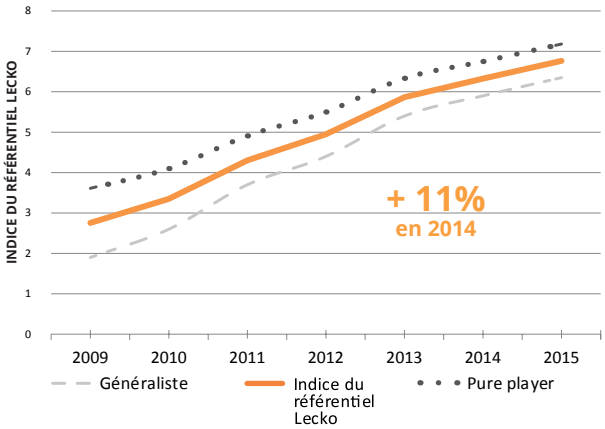


Évolution des ventes de licences de solutions RSE en mode Saas en France

L'INDICE DU RÉFÉRENTIEL LECKO

→ Cet indice est basé sur l'analyse des solutions du marché effectué par Lecko depuis 2008, et mesure l'évolution du périmètre fonctionnel de chaque outil sur plusieurs familles (social, productivité, communication, etc.). Mis à jour chaque année, l'indice nous permet d'observer les tendances du marché et de comparer les familles d'éditeurs entre elles.

Évolution du périmètre social



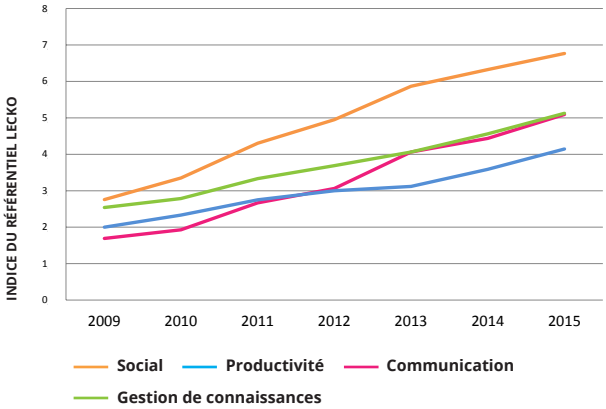
L'enrichissement fonctionnel se poursuit

Sur un marché très concurrentiel, les éditeurs pure players ont commencé à adopter des stratégies de différenciation qui les obligent à revoir le périmètre de leur produit pour ajouter les fonctionnalités qui permettront de les distinguer sur le marché. L'enrichissement fonctionnel se poursuit donc en 2014, du coté des généralistes également mais plutôt dans une optique d'intégration des différents outils proposés. Jalios a ainsi revu l'ensemble de l'ergonomie de son offre, Microsoft intègre Yammer à Sharepoint, et IBM améliore l'intégration ses outils IBM Connections et Filenet (tout en ajoutant IBM Docs à son offre)

L'intranet Social, une tendance qui se confirme.

La thématique de l'Intranet Social a mobilisé les éditeurs cette année, la communication est logiquement le secteur qui a le plus progressé chez les éditeurs avec l'ajout de vrais modules de CMS pour certains (Seemy, Jamespot). A l'inverse, les fonctionnalités sociales évoluent peu cette année (dans la lignée de 2013). La productivité (individuelle et collective) continue à progresser de manière régulière, sous l'impulsion des grands acteurs traditionnels du collaboratif qui ont créé un écart avec les pure players. Enfin le domaine du KM est celui qui connait le moins d'évolutions avec le social. Peu d'éditeurs pure players RSE ont pris ce virage aujourd'hui et les éditeurs généralistes restent dans des modes de classement d'information traditionnels.

Évolution du périmètre fonctionnel par segment



POTENTIELS SOCIAUX

→ **La matrice des potentiels sociaux mesure la capacité des solutions à aider à la transformation numérique en favorisant le développement de nouveaux usages collaboratifs.**

- **Les leaders** apportent une offre mature intégrant les dernières améliorations issues de l'expérience client.
- **Les généralistes** apportent des fonctions sociales en voie de standardisation.
- **Les «networking» et «partage»** sont asymétriques dans leur offre. Les premiers faciliteront la mise en relation et les seconds privilégient l'échange et la circulation de l'information.
- **Des acteurs historiques** continuent d'investir et travaillent avec leurs clients à porter cette transformation.

Jive s'est détaché nettement de ses compétiteurs en 2014. Leader historique du marché, il propose une des offres les plus évoluées pour porter l'entreprise vers de nouveaux horizons collaboratifs.
Microsoft : 2014 est l'année de l'intégration de Yammer dans l'offre collaborative de MS. Cela est autant du à l'effort de l'éditeur a porter ses clients dans le cloud qu'en développant une meilleure intégration avec Office365.
Bluekiwi : (version fev 2015) : la solution évolue sans se faire remarquer par l'optimisation de ses fonctions et des gains de performances pour ceux qui utilisent le social au quotidien. Cette expérience blueKiwi l'a acquise avec son client Atos (et actionnaire) qui l'a amené à porter une des plus grosses plateformes RSE mondiale.
Knowledge Plaza : Une startup de référence dans le domaine du Social-KM
Talkspirit : Acteur historique du marché, la solution est particulièrement pertinente pour porter des communautés de pratiques, internes ou externes.
Exo Platform : 1er éditeur Open Source positionné dans ce cadrage. La solution a progressé en 2014 et porte les usages sociaux avec pertinence autour de la gestion de contenus.
Dans les challengers (networking et partage) on trouve des historiques (Jamespot, Seemy ou Jalios) et des nouveaux entrants (Kayoo et Whaller)

A Une dizaine de solutions de dégagent avec un potentiel social fort. On retrouve parmi elles les 3 grands acteurs de la bureautique + collaboration à savoir Microsoft, Google, et IBM, ainsi que des challengers qui ont su innover.

B Au centre de la matrice se trouvent les éditeurs pure players RSE (anciens comme nouveaux) qui proposent des offres équilibrées entre mise en relation et partage, tout en accusant un léger retard sur les leaders.

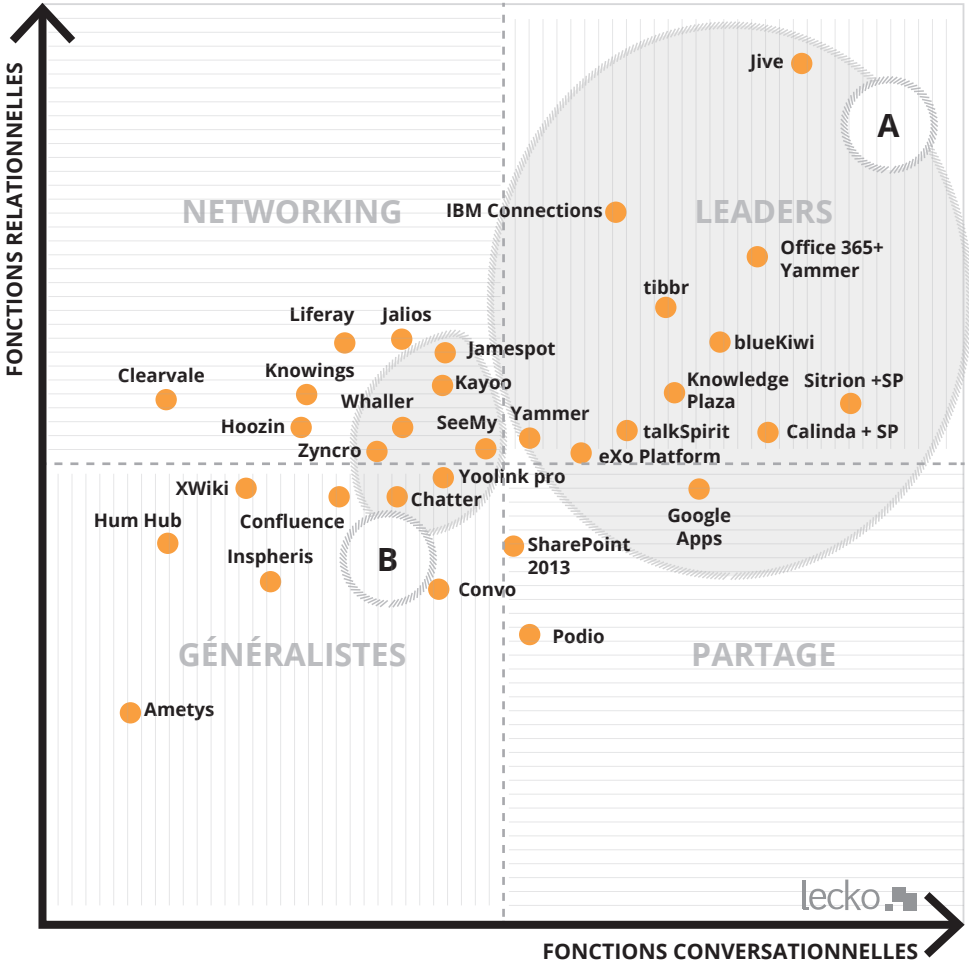
Les autres éditeurs présentent des manques sur certaines fonctionnalités collaboratives et sociales de base nécessitant développement et/ou impasse.

Fonctions relationnelles : Capacité des solutions à permettre la gestion de son identité numérique et d'un annuaire social, l'animation d'un réseau d'experts, la constitution de son réseau professionnel et l'échange avec ce dernier, la création de communautés thématiques, jusqu'à la maîtrise de son graphe social.

Fonctions conversationnelles : Capacité des solutions à outiller l'échange autour des contenus, le partage de textes (microbbloging), de fichiers, d'idées, de questions et du fruit d'une veille, ainsi que la conversation en temps réel et le partage de contenus en privé.

POTENTIELS SOCIAUX

MATRICE DE POSITIONNEMENT



COMMUNICATION

A

Les leaders qui ont couplé un RSE avec une éditorialisation des contenus avancée (Sitrion, Jive). Les acteurs "traditionnels" gardent leur avance, le virage social est pris et donne naissance à de véritables intranet sociaux. Exo Platform acteur historique dans la gestion de contenus est le premier acteur Open Source présent dans ce segment.

B

CMS, Solution de gestion de contenus historique qui se socialisent (Liferay, XWiki)

C

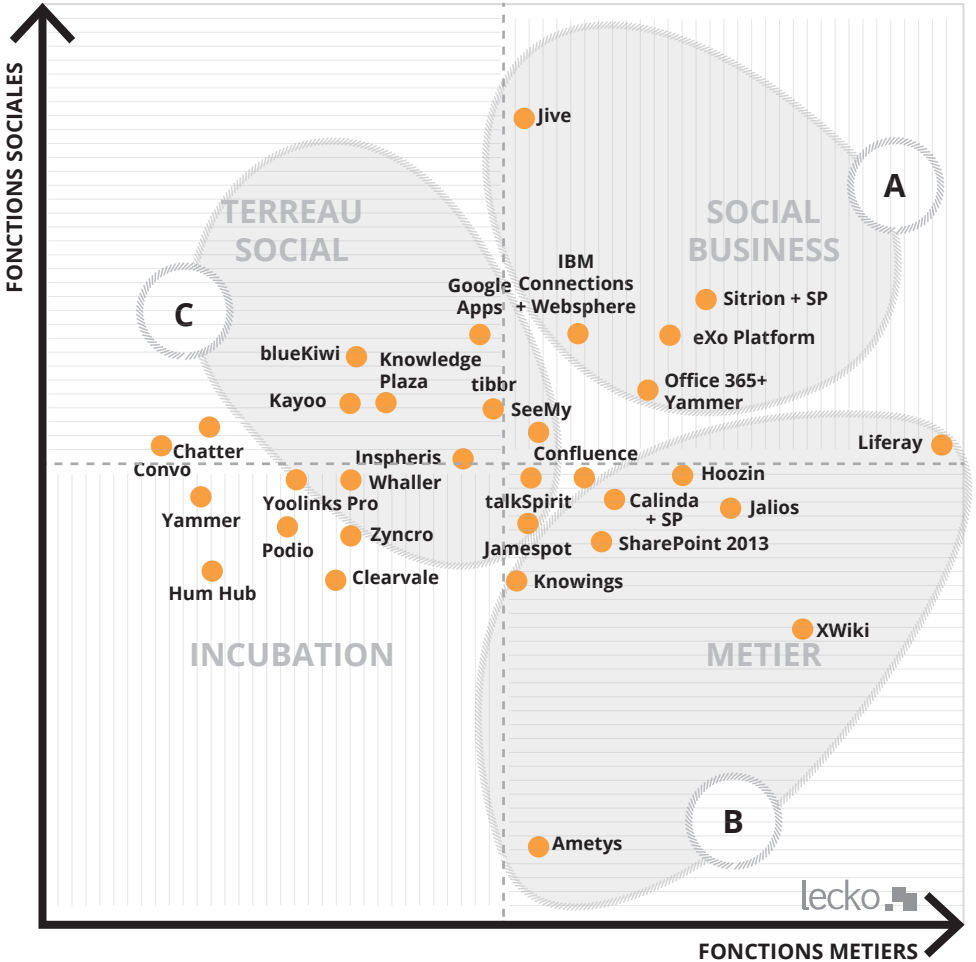
Les RSE généralistes qui proposent des fonctionnalités d'éditorialisation légères ainsi que des intégrations de flux d'applications externes pour les socialiser (Tibbr, Bluekiwi, Knowledge Plaza)

→ **FONCTIONNALITÉS SPÉCIFIQUES :**

Publier des contenus riches et pouvoir en promouvoir certains ;
Cibler sa communication ; créer des espaces de communication ;
Mettre en place des circuits de validation ;
Organiser le cycle de vie d'un contenu ;
Organiser des sondages et des enquêtes ;
Paramétrer des alertes et des notifications ;
Encourager l'engagement des utilisateurs ;
Éditer des pages webs ;
Gérer des templates et des blocs de contenus ;
Éditer des types de contenus ;
Gérer le multilinguisme ;
Gérer les droits sur les pages et les contenus ;
Rendre public certains contenus.

COMMUNICATION

MATRICE DE POSITIONNEMENT



PRODUCTIVITÉ

→ **Le segment "Productivité" rassemble les usages de collaboration du flux de travail quotidien. Ces plateformes visent à faciliter la gestion de la sur-information et des interactions ininterrompues avec nos multiples contacts.**
Les fonctions de collaboration traditionnelles autour du partage de document ou plus récemment d'espace de discussion se sont banalisées et ne sont plus différenciations.
En revanche, les fonctions d'édition de documents et de stockage individuelles (historiquement gérées sur le poste de travail) sont désormais portées dans le Cloud. Elles amènent à effacer la notion de fichier, à démocratiser la co-édition et l'accès multi-terminaux. Seuls quelques acteurs sur le marché peuvent proposer ces services.

A

Les solutions axées sur la productivité individuelle et collective se positionnent en tête. Google a presque créé ce marché et profite aujourd'hui de sa forte croissance. IBM tente d'y revenir avec IBM Docs et Filenet. Microsoft a résolument pris les devant et pousse ses clients dans le Cloud avec son offre Office 365 (intégrant One Drive et Office en ligne).

B

En seconde position, on retrouve les éditeurs qui ont choisit d'intégrer leur **fonctions collaboratives et sociales** avec les suites bureautiques en ligne de Google, IBM ou Microsoft. Knowledge Plaza s'intégre ainsi à Microsoft Office et Tibbr agrège les documents de Dropbox, Box ou GDrive.

C

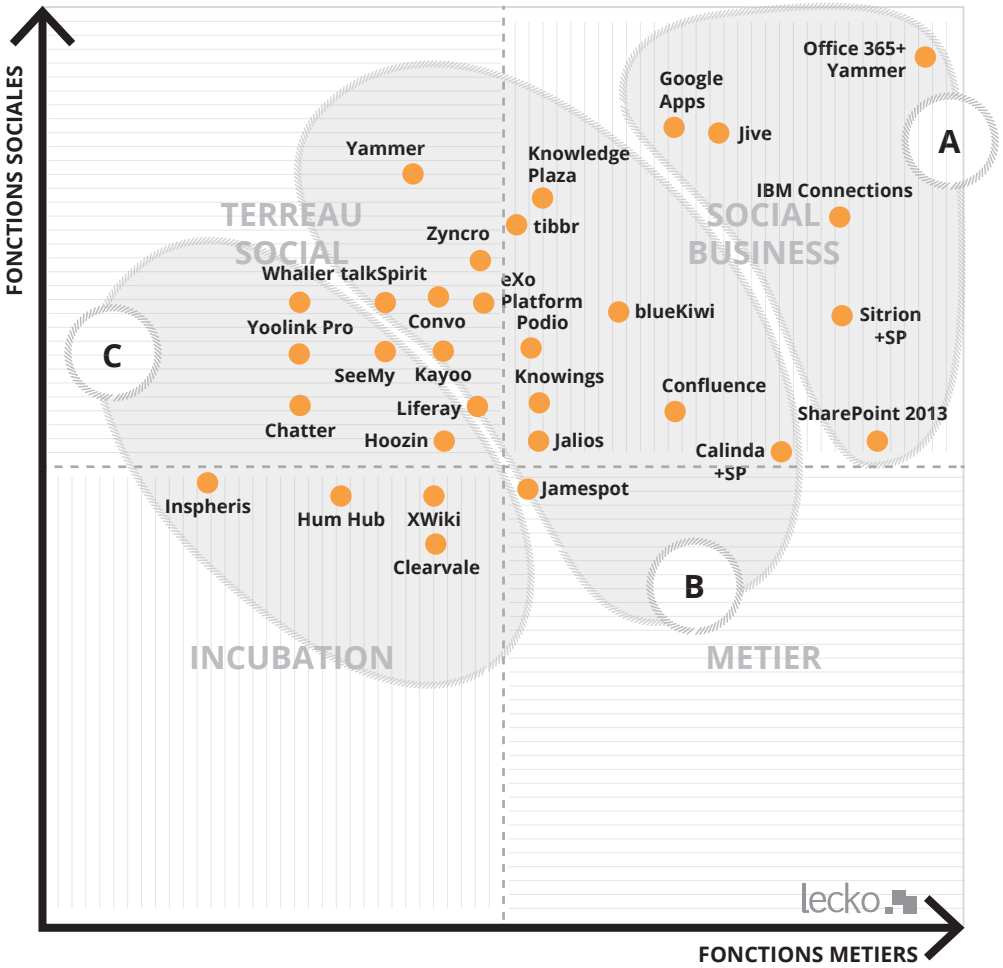
Enfin, on retrouve les solutions purement sociales **non positionnées sur la productivité** qui profitent encore du fait que les collaborateurs utilisent par défaut la bureautique de leur poste de travail.

→ **FONCTIONNALITÉS SPÉCIFIQUES :**

Piloter un projet ;
Coéditer un contenu (type wiki) ou un document ;
Créer des tâches et les affecter ;
Gérer ses tâches personnelles, ses mails, ses contacts, son agenda et ses contenus personnels ;
S'intégrer avec le bureau personnel.

PRODUCTIVITÉ

MATRICE DE POSITIONNEMENT



GESTION DE CONNAISSANCES

→ **Le social-KM est un usage incontournable des Réseaux sociaux d'entreprise. Il répond à un changement de paradigme lié à l'explosion des volumes d'information et l'accélération de l'évolution des états de l'art. Il n'est plus possible de tout classer et la connaissance formalisée est inéluctablement incomplète. Associer aux approches classiques de KM, la valorisation des interactions informelles et la mise en réseaux des experts ouvre de nouvelles perspectives.**

Trois stratégies de classement de la connaissance :

A — **Social-KM** : ces solutions proposent une organisation collective de l'information, reposant en partie sur des tags et permettant de créer des vues dynamiques ou d'agréger différents contenus autour d'un thème. Knowledge Plaza est Leader sur ce créneau.

B — **KM (traditionnel)** : Ces solutions (à l'instar de Sharepoint ou Knowings) proposent un système de gestion composé de référentiels documentaires, de bibliothèques personnelles et espaces communautaires. Des règles de gestions pointues peuvent être mises en place pour valider les contenus et maitriser l'accès à l'information.

C — **Individuelle sociale** : Chaque utilisateur construit sa propre vue et peut les partager avec ses collègues. (Google Drive)

Certaines solutions RSE généralistes ne proposent pas de fonctions spécifiques pour la gestion des connaissances. Face à l'avancée des leaders du social-KM elles ne sont plus à même de satisfaire des besoins d'entreprise dans ce domaine.

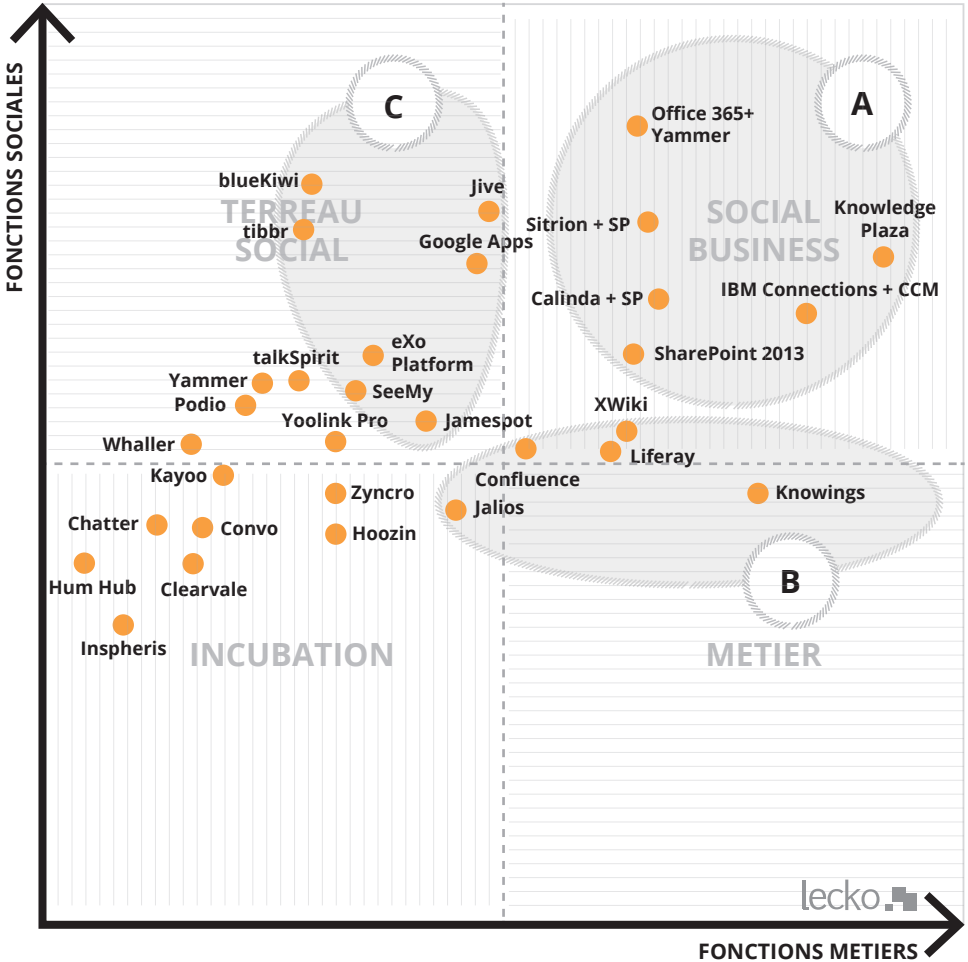
→ **FONCTIONNALITÉS SPÉCIFIQUES :**

Classer des contenus ;
Structurer des plans de classements ;
Administrer des référentiels de métadonnées ;
Classer les connaissances par tags ;
Gérer les versions des contenus ;
Rechercher un contenu ;
Aider l'utilisateur à classer l'information ;

Gérer les droits d'utilisation des contenus ;
Archiver des contenus ;
Gérer de grands volumes de données ;
Classer l'information collectivement ;
Collecter tout types de contenu (veille) ;
Discuter et mettre en perspective l'information ;
Valoriser les expertises

GESTION DE CONNAISSANCES

MATRICE DE POSITIONNEMENT



COMMUNAUTÉS EXTERNES

Les communautés externes permettent à l'entreprise de travailler avec ses partenaires, fournisseurs ou clients mais aussi d'interagir avec son écosystème sur les médias sociaux. L'entreprise doit s'organiser pour engager la conversation avec son environnement. Cette fonction ne peut plus être concentrée sur les communicants. La mobilisation d'ambassadeurs et d'une animation ad hoc est nécessaire pour prendre la parole ou faire face aux interpellations externes.

On constate que la plupart des solutions historiques du marché, même lorsqu'elles proposent une ouverture vers l'externe répliquent les mêmes usages que ceux déployés en interne sans un réel effort d'adaptation si ce n'est sur l'authentification et la gestion des accès restreints.. Beaucoup de solutions aujourd'hui permettent d'outiller des échanges entre partenaires, mais rares sont celles qui disposent d'un socle fonctionnel pour engager et suivre une communauté de clients.

A **Solutions qui intègrent l'ouverture vers l'extérieur** mais qui répliquent les usages de collaboration "classiques". Elles sont plus appropriées pour des réseaux de partenaires. On constate un retard marqué des acteurs des RSE face aux spécialistes du social CRM (Dimelo et Lithium).

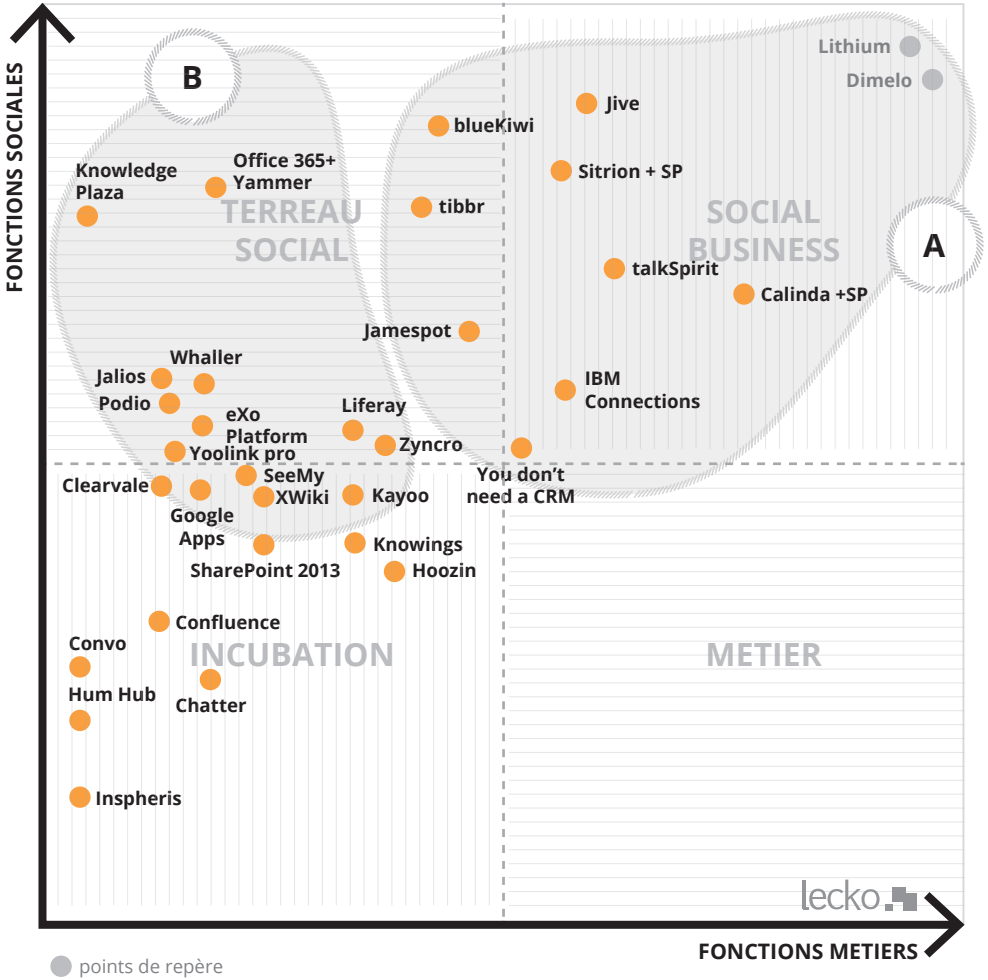
B **Solutions qui permettent de franchir un premier pas vers l'engagement de clients**. La collaboration s'étend naturellement au-delà des frontières de l'entreprise. Les acteurs de ce marché déclinent progressivement leur offre pour prendre en compte ces interactions avec des tiers. Certains comme Talkspirit s'engagent plus clairement vers le social-CRM.

FONCTIONNALITÉS SPÉCIFIQUES :

Faciliter l'inscription de partenaires et de clients, et outiller la conversation avec ces derniers ;
Différencier les internes des externes ;
Animer une communauté de support ;
Organiser des concours ;
Échanger autour des produits de l'organisation ;
Monitorer l'activité des clients ;
Envoyer des newsletters ;
Animer des pages sur les médias sociaux ;
Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web.

COMMUNAUTÉS EXTERNES

MATRICE DE POSITIONNEMENT



OUTILLER LES PROCESSUS

→ **La gestion des processus, traditionnellement outillée par des outils métier, intéresse les éditeurs de réseaux sociaux car elle permet de démontrer assez facilement un retour sur investissement sur des KPI métier mesurables.**
Les processus métier manquent en effet parfois d'huile dans les rouages, ou peuvent être cloisonnés, ce que le réseau social peut améliorer en mettant en relation les acteurs du processus entre eux, avec leurs clients, et avec des experts au sein de l'entreprise.

A **les usines à RSE métier** : ces outils possèdent les fonctionnalités suffisantes pour récréer *ad hoc* des processus métier et y ajouter une couche sociale. Jamespot et Podio étant les deux éditeurs les plus clairement positionnés sur ce segment, ils tirent leur épingle du jeu.

B Jive et tibbr proposent des intégrations plug & play à de nombreux outils tiers, mais sans proposer la flexibilité des usines à RSE métier (nécessité de développer dès qu'on veut recréer un processus particulier).

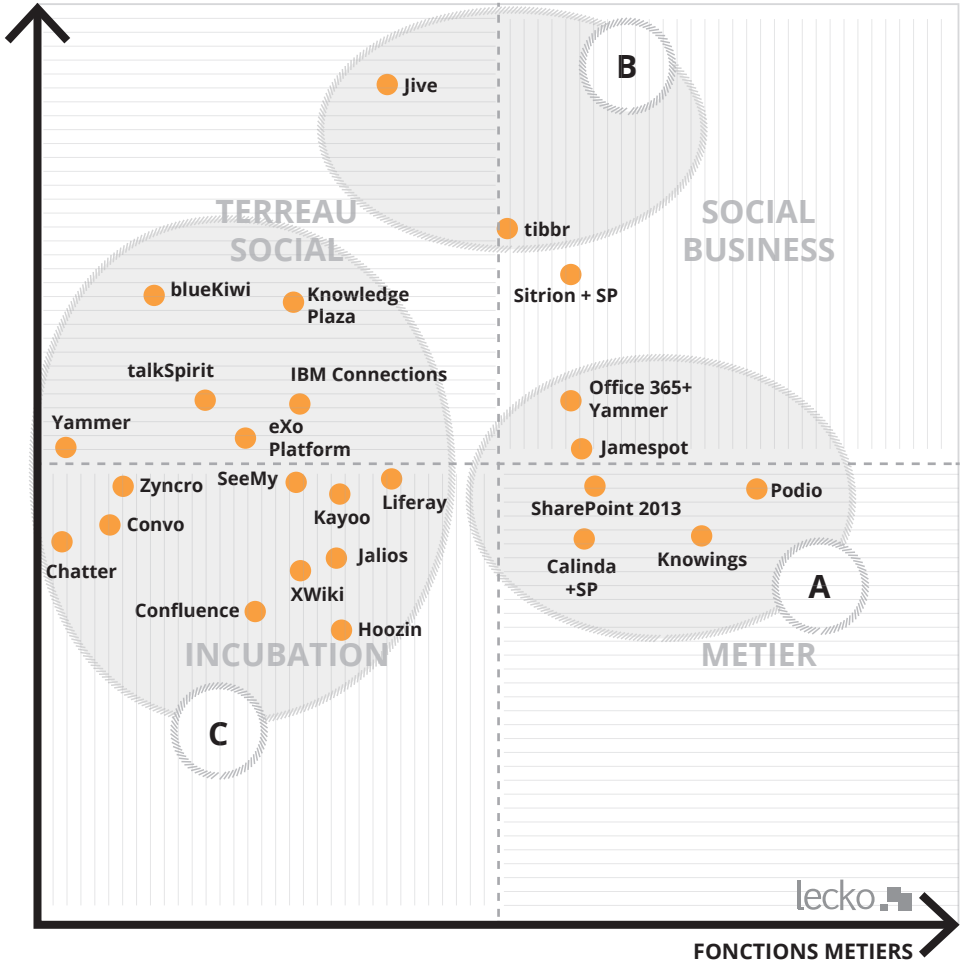
C Enfin le reste du marché a parfois développé des outils sur mesure pour ses client, plus ou moins packagé dans son offre commerciale, mais ne fournit pas d'efforts particuliers pour se distinguer sur ce segment.

→ **USAGES SPÉCIFIQUES :**

Outiller les processus de vente, de R&D, de logistique, RH, de production (PML), de finances et comptabilités, décisionnels, de la gestion de la relation client, de marketing et les processus administratifs.

OUTILLER LES PROCESSUS

MATRICE DE POSITIONNEMENT



LÉGENDE

Productivité

Knowledge management

Animer une communauté externe

Se mettre en relation

Partager et converser

Stratégie et interopérabilité

Gérer des contenus et pages web

Outiller un processus

Expérience utilisateur

Communiquer et animer

AMETYS

Ametys est un éditeur français distributeur d'une solution open source de création de plateformes x-net.. L'outil commence à se doter de fonctions collaboratives et sociales (encore limitées), mais reste centré sur la gestion de contenus. L'éditeur distribue principalement sa solution dans le secteur public, universitaire et associatif.

Nouveautés 2014

La version 3.6 d'Ametys, sortie début 2015, apporte deux grandes nouveautés.
Le renforcement des fonctionnalités multi-sites avec une personnalisation graphique des sites et de leur contenus pouvant être **réalisée simultanément par plusieurs webmasters**, grâce à une fonctionnalité "d'atelier de création graphique" très simple à utiliser. Le tout coordonné par un webmaster central.
Le deuxième grand chantier a concerné la **gestion des notifications**, paramétrables finement selon les types de contenus et audiences.

Ergonomie

Les fonctionnalités de publication, inspirées des outils du marché (Microsoft Office notamment) sont **ergonomiques et simples à utiliser**. Les fonctions d'administration centrale sont en revanche plus difficiles d'accès.
Dans un contexte adressé au secteur public, Ametys permet par ailleurs la création de **plateformes web respectant les standards d'accessibilité**, avec des outils d'alertes basés sur le référentiel RGAA. L'éditeur propose également d'autres modules spécifiques moyennant une prestation d'intégration.

Stratégie et positionnement

Le positionnement de la solution est aujourd'hui assez précis : outiller les ministères, collectivités, universités, et associations sur des **projets d'intranet collaboratifs** (ou non) et portails web multi-sites avec un outil **correspondant à leurs spécificités (accessibilité, téléprocédures, etc.) et à leur maturité**, tout en proposant une **ergonomie simplifiée** par rapport aux acteurs traditionnels du marché de la gestion de contenus. Ametys se positionne donc sur ces contextes, et est en mesure de proposer nativement des outils de gestion de services en ligne ou processus administratifs.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

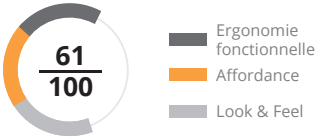
BLUEKIWI

Bluekiwi est une solution de réseau social prête à l'emploi, distribuée en SaaS et un acteur français historique du RSE. La solution est principalement centrée sur des espaces de conversation, au sein desquels différents types de contenu peuvent être partagés (messages, documents, liens, idées, questions, sondages). Chaque contenu partagé dispose de son propre fil de conversation, et alimente les fils d'actualités des communautés, ainsi que celui des utilisateurs. La solution propose des fonctionnalités avancées de personnalisation des pages et du rendu pour une solution full SaaS. Bluekiwi peut aujourd'hui être utilisé comme plateforme communautaire, réseau social, ou même intranet social avec l'utilisation des fonctions de CMS de la solution.

Nouveautés 2014

Très peu de nouveautés en 2014 pour Bluekiwi, mais une release est annoncée en février 2015 pour ré-impulser la roadmap de la solution. Le travail effectué pour Atos sur la scalabilité de l'outil et de ses performances va permettre à Bluekiwi de proposer un outil plus fluide, capable de traiter sans ralentissement des contextes de très grosses entreprises (plus de 100 000 utilisateurs simultanés)
Une refonte ergonomique des publications est également annoncée. Elle permettra à l'éditeur de proposer des fils d'actualités, avec toute l'information importante présente sans clic supplémentaire. Enfin la refonte des applications mobiles permet une expérience de navigation cohérente quelque soit le terminal utilisé par l'utilisateur final.

Ergonomie



Bluekiwi propose une interface assez riche visuellement, reflet des potentialités complexes de la solution. De prime abord **l'outil est assez complexe à prendre en main** par rapport aux solutions de RSE pure player, mais **des fonctionnalités de personnalisation des pages** permettent aux animateurs de la plateforme de guider les utilisateurs vers les contenus et usages importants (la page d'accueil des utilisateurs est personnalisable, ainsi que des pages sur chaque communauté). Un travail de paramétrage permet donc de proposer une expérience de navigation adaptée au contexte de chaque entreprise. A noter que **l'ergonomie sur les supports mobiles est plutôt bonne**, avec un accès à l'ensemble des fonctionnalités de la plateforme.

Stratégie et positionnement

Bluekiwi s'adresse aujourd'hui **aux entreprises de toutes tailles**, avec un outil SaaS complet capable de répondre à des contextes de grandes entreprises et intégré à Microsoft Office, Sharepoint et aux outils de messagerie instantanée.
L'éditeur, racheté par Atos en 2012, a consacré beaucoup de moyens à la mise en place de l'outil au sein de cette grande structure, en travaillant notamment sur la **scalabilité des performances et la fiabilité de l'outil**. La solution n'a en revanche que peu évolué fonctionnellement en deux ans, et Bluekiwi a perdu une partie de son rayonnement sur le marché français.
Les belles références acquises avant 2012, ainsi que le projet Atos, permettent à l'éditeur de conserver une légitimité sur le marché. **Bluekiwi devrait également clarifier sa stratégie en 2015**, plutôt opaque jusqu'à présent (le positionnement "0 mail" annoncé par Thierry Breton lors du rachat n'ayant pas réellement impacté la solution et la distribution de l'outil).

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

BLUEKIWI

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

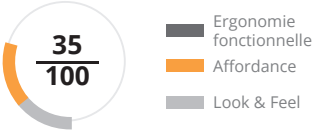
CALINDA

Calinda est un éditeur de solutions collaboratives (entre autres des add-ons pour les produits Microsoft, mais pas seulement). L'offre est constituée de Social Factor, l'add-on social de Sharepoint (apports sur le microblogging, mise en scène des usages collaboratifs, etc.), Business Guest (outil pour collaborer avec des utilisateurs externes à l'organisation, de manière sécurisée, même si l'infrastructure Sharepoint est installée chez soi), InsideOut (création d'applications mobiles pour exposer certains contenus de Sharepoint ou autres) et enfin les solutions de signature électronique dont nous parlerons ensuite.

Nouveautés 2014

Calinda a principalement porté ses efforts cette année sur ses **outils de signature électronique**, déclinés avec des offres par secteur (Immobilier, Mutuelles et Laboratoires).
Ces outils permettent à des professionnels de la vente sur le terrain de disposer **d'outils mobiles permettant de gérer de A à Z le processus de vente** (le vendeur peut faire signer son prospect directement sur tablette, à partir de contrats stockés ailleurs - par exemple dans Sharepoint), et n'accède qu'à l'information qui lui est utile. D'autres usages peuvent aussi être imaginés, comme la signature d'états des lieux, de constats, etc.

Ergonomie



L'ergonomie des outils de signature électronique est excellente, avec un usage pensé directement du point de vue des utilisateurs finaux, avec prise en compte des terminaux de prédilection. Social Factor et Business Guest outillent des usages absents oou mal couverts par Sharepoint avec une ergonomie simplifiée.

Stratégie et positionnement

L'éditeur **diversifie son offre de plus en plus**, proposant dorénavant un catalogue d'applications bien spécifiques **outillant différents segments de la collaboration**. Calinda s'est récemment positionné sur le domaine de la **signature électronique**, ce qui laisse présager d'un repositionnement sur certains métiers ou certains processus dans l'entreprise. Une stratégie nécessaire suite à l'intégration de Yammer à l'offre de Microsoft.
Social Factor reste néanmoins un bon add-on sur l'offre hébergée chez le client de Microsoft.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

CALINDA + SHAREPOINT

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

CHATTER

Chatter est la solution de réseau social portée par l'éditeur Salesforce, spécialiste du CRM. Cette solution visait initialement à permettre aux acteurs du processus CRM à échanger et se mettre en relation, mais a évolué pour devenir une offre plus complète, qui peut être étendue à toute l'entreprise.
L'outil se présente sous forme d'un fil de microblogging évolué, et de communautés (les groupes) constituées elles-mêmes de fil de discussions.
L'outil prend le parti de la simplicité.

Nouveautés 2014

Salesforce développe son offre de collaboration à l'externe en ajoutant la **gestion de communautés de support** destinés à outiller le dialogue interne / externe, mais également une **intégration aux réseaux sociaux** (Facebook, LinkedIn..) pour permettre aux utilisateurs externes de s'identifier par le biais de leurs comptes sur ces outils.
Enfin Salesforce ajoute à son offre un **dropbox-like : Salesforce Files**, ainsi qu'une **intégration bidirectionnelle avec Microsoft Sharepoint**.

Ergonomie

Les fonctionnalités de publication, inspirées des outils du marché (Microsoft Office notamment) sont **ergonomiques et simples à utiliser**. Les fonctions d'administration centrale sont en revanche plus difficile d'accès.
Dans un contexte adressé au secteur public, Ametys permet par ailleurs la création de **plateformes web respectant les standards d'accessibilité**, avec des outils d'alertes basés sur le référentiel RGAA. L'éditeur propose également d'autres modules spécifiques moyennant une prestation d'intégration.

Stratégie et positionnement

La stratégie de l'éditeur est assez particulière : **Chatter n'est pas l'outil différenciant de Salesforce**, seule l'intégration au CRM permet de proposer une offre cumulée à valeur ajoutée. Salesforce distribue principalement son outil par ses clients CRM, et **essaime son offre** à partir de là grâce notamment à l'offre Chatter, qui a su convaincre de grandes entreprises. Mais Chatter peut également outiller seul des entreprises souhaitant s'équiper d'un réseau social.
L'outil a vocation a **rester simple dans ses fonctionnalités** et l'éditeur se concentre sur deux segments de la collaboration : **les communautés externes**, pour lesquelles des intégrations intelligentes avec le CRM sont pensées, **et la productivité**. Ce dernier segment, récent dans l'offre de Salesforce, repose sur l'outil Salesforce Files et l'intégration à Sharepoint.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

CHATTER

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

CLEARVALE

L'offre Clearvale de Broadvision est une plateforme collaborative à l'usage classique (espaces de partage de documents, fils de conversations, réseau social), ayant pour particularité la capacité de gérer plusieurs réseaux au sein d'une entreprise : le réseau interne, le réseau externe (clients et partenaires), mais également potentiellement d'autres réseaux.
L'utilisateur identifie ainsi facilement le contexte de collaboration dans lequel il se trouve, et dispose d'une interface centrale lui permettant d'agréger les contenus des différents réseaux.

Nouveautés 2014

L'éditeur a développé en 2014 une messagerie instantanée intégrée en tout point de l'outil (disponible quelque soit le contexte de collaboration)
D'autres fonctionnalités ont vu le jour telles la mise en place de notifications push en plus des alertes mails qui existaient déjà. L'utilisateur peut désormais plus facilement communiquer sur les informations qu'il partage.
La partage de fichiers a également été repensé pour être rendu accessible quelque soit le contenu partagé (il fallait auparavant passer par un contenu de type fichier)

Ergonomie

L'ergonomie de l'outil est moyenne, l'outil possédant un historique conséquent. Les concepts restent simples d'appropriation et chaque utilisateur dispose d'espaces d'organisation personnels, facilitant l'adoption de l'outil dans un usage de productivité personnelle

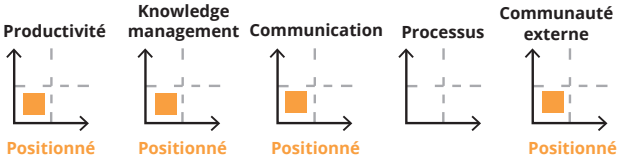
Stratégie et positionnement

Broadvision est positionné sur le **domaine de la digital workplace**, en témoigne la sortie de VMoso, outil centré sur l'utilisateur, user centric, et agglomérant les contenus de la messagerie, du réseau social, de la messagerie instantanée au sein d'un seule interface mobile ou desktop. VMoso se positionne comme Microsoft Delve : **un outil pour simplifier l'accès à l'information pour l'employé**.
La stratégie de Broadvision est donc d'outiller tous les modes de collaboration (hors bureautique) d'entreprises de toutes tailles, en combinant la puissance de ses outils d'entreprise (Clearvale) avec celle de ses outils centrés sur la productivité de l'utilisateur (VMoso)

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

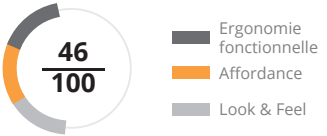
CONFLUENCE

Lancé en 2004 par Atlassian, Confluence est un outil collaboratif principalement centré sur l'utilisation de wikis. La solution permet de créer des espaces adressant une grande variété d'usages : intranet d'équipe, espaces projet, communautés d'entraide ou d'innovation.
Grâce à ses options avancées de gestion d'arborescence et de navigation, la solution facilite également la structuration de bases de connaissances.
Confluence propose aussi une market place avec de nombreux modules pour adresser des besoins spécifiques.

Nouveautés 2014

Atlassian a beaucoup travaillé sur **l'intégration entre Confluence et JIRA** (un autre de ses produits dédié au bug tracking et à la gestion de projet). Le passage de JIRA à Confluence devient plus naturel (possibilité par exemple de convertir un contenu Confluence en ticket Jira, remontée contextuelle des informations de JIRA directement dans Confluence, automatisation et mise en forme d'états) renforcant ainsi la capacité du produit à adresser des **usages liés à la gestion de projet et à la prise de décision**.
Des évolutions d'ordre ergonomique **facilitent la saisie d'informations** et permettent de naviguer plus facilement dans l'interface.

Ergonomie



La solution présente un **design moderne et une interface simple d'utilisation**. L'effort de compréhension de la solution est porté sur les administrateurs d'espace. Les possibilités de paramétrage sont nombreuses mais peuvent à partir d'un certain niveau nécessiter l'écriture de scripts, accessibles à des non développeurs mais nécessitant une formation.

Stratégie et positionnement

Initialement positionné sur le marché du collaboratif "éditorialisé" (les wikis), Confluence est à présent positionné sur les **segments de la gestion de connaissances et de la gestion des processus**. Avec sa market place et sa capacité à intégrer facilement de nouveaux développements (en codant directement en front-office les macros souhaitées), l'outil offre un **socle intéressant pour mettre en place des circuits de validation, de la gestion d'états ou une arborescence de contenus**. Au final une **alternative très intéressante à SharePoint** avec une interface simplifiée. Confluence adresse toutes tailles d'entreprises.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

CONFLUENCE

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

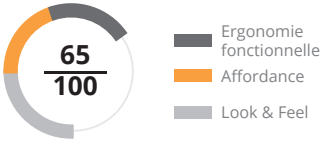
CONVO

Convo est une solution collaborative américaine (anciennenement nommée Convofy) centrée sur la création d'espaces dédiées à la gestion de projet et à la coédition. Le principal atout de la solution est d'offrir une visionneuse de documents intégrant un système d'annotations et une messagerie instantanée. Ces fonctionnalités sont également disponibles sur les applications mobiles proposées par l'éditeur. Avec une navigation par onglets, l'outil permet à l'utilisateur de se construire un véritable environnement de travail pour travailler simultanément sur plusieurs contenus. Convo est modulable et permet de récupérer des contenus de plateformes externes (DropBox, GDrive, Box).

Nouveautés 2014

L'introduction de la messagerie instantanée est la principale nouveauté apportée par l'éditeur en 2014. Les utilisateurs peuvent échanger quelque soit le support (desktop ou mobile) et gérer leur niveau de disponibilité. On peut également citer d'autres nouveauté, l'intégration avec Google Drive, DropBox ou Box, la refonte de l'application Android, le développement d'une extenson sur Chrome. Celle-ci permet aux utilisateurs de continuer leurs échanges sur la plateforme depuis n'importe quelle page web.

Ergonomie



Le système de navigation par onglets **donne de la souplesse aux utilisateurs et favorise le travail multitâche**. L'accès aux contenus s'effectue exclusivement par l'intermédiaire d'un fil d'actualités, qui rend **compliqué la capitalisation** (et l'accès à posteriori autrement que par le recherche). L'outil se centre sur le traitement de l'information "chaude". A noter un bel effort de l'éditeur pour proposer des **applications mobiles ergonomiques et facile d'utilisation**.

Stratégie et positionnement

L'éditeur vise la spécialisation sur les **usages dédiés à la collaboration en équipe «réduite» et générateurs de mails** (comme la coédition asynchrone de documents). Convo met à disposition des **environnements de travail clé en main**, et conserve donc une approche simple, dans l'outil et dans la distribution, SaaS.
L'éditeur vise toutes tailles d'entreprises, et compte sur la viralité de son offre pour essaimer son offre au sein de celles-ci.
Enfin les intégrations aux outils de gestion de documents personnels SaaS (Box, Dropbox, Google Drive) permettent à des entreprises disposant de ces outils d'ajouter à leur catalogue de services une plateforme dédiée à la gestion de projet, mettant en scène les documents hébergés par ailleurs.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

CONVO

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

EXO PLATFORM

Exo Platform est une société française open source créée en 2003 par Benjamin Mestrallet dont le produit était originellement un CMS. Rapidement doté de fonctionnalités collaboratives, Exo Platform a entamé un virage il y a deux ans (avec la version 4) avec pour ambition de devenir la plateforme open source de référence sur le marché de l'intranet collaboratif. L'outil dispose de toutes les fonctionnalités de base, et parvient à se distinguer de la concurrence par son ADN de fonctions CMS qui permettent de personnaliser à souhait la plateforme. On pourra davantage parler d'une plateforme de collaboration sociale en entreprise plutôt que d'un RSE.

Nouveautés 2014

L'année 2014 aura permis à ExoPlatform de consolider la version 4 sortie courant 2013. Outre les améliorations techniques et la livraison de correctifs, on pourra citer l'ajout d'un système de notifications, l'intégration de la vidéo dans le module de chat et une refonte de l'expérience utilisateur sur les calendriers.

Ergonomie

ExoPlatform, malgré une richesse fonctionnelle des plus importantes sur le marché, propose un produit avec une interface soignée et épurée. La navigation latérale offre aux utilisateurs une segmentation claire entre les différents types de contenu institutionnels et ses espaces de travail. La solution se complexifie néanmoins à mesure que l'on bascule vers des usages de plus en plus avancés tels que la gestion de contenus. Point de vue mobilité, la solution propose des applications mobiles centrées sur l'utilisateur pour faciliter l'accès aux actualités, messages et documents personnels.

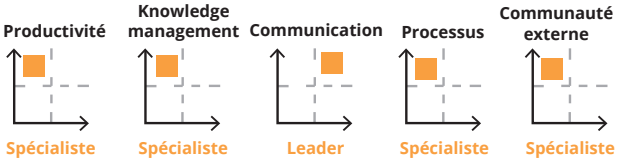
Stratégie et positionnement

L'éditeur propose des offres saas et on premise avec des tarifs avoisinant en moyenne les 3€ par user et par mois (voire moins selon la taille de l'entreprise). Compétitif au niveau des prix, ExoPlatform se distingue aussi sur le marché grâce à son modèle open source et son approche basée sur la combinaison d'un puissant moteur CMS et d'un réseau social d'entreprise.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



EXO PLATFORM

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

GOOGLE APPS

Google propose une suite d'applications de bureautique / collaboration SaaS, distribuée soit gratuitement à des particuliers, soit sous forme d'offre "entreprise" avec quelques fonctionnalités d'administration en plus (mais un périmètre fonctionnel similaire).
Les principales briques proposées dans la suite Google Apps sont le mail, l'agenda, les contacts, le Drive (gestionnaire de documents personnels, et coédition de documents), les Sites (pages web personnalisables),Google + (réseau social d'entreprise + communautés), Hangout (conversation instantanée), etc.
Les briques sont assez indépendantes les unes des autres, même si des efforts sont faits pour les intégrer progressivement, et sont accessibles séparément du point de vue de l'utilisateur (à partir d'un menu présent sur chaque page)

Nouveautés 2014

Google a fait évoluer l'ensemble des briques de sa suite en 2014, avec des releases fréquentes. L'interface de Google Drive a été repensée et est dorénavant proche des outils "classiques" de gestion de documents, de la même façon l'interface de Hangout a été repensée, pour être disponible depuis chaque brique de la suite, avec la possibilité de lancer des appels vidéos ou des chats en un clic quelque soit la page consultée. Enfin de nombreux efforts ont été faits sur **l'intégration des briques entre elles**, avec la possibilité de facilement partager des liens vers des documents Google sur Google +, ou encore l'accès aux profils sociaux des utilisateurs directement depuis le mail.

Ergonomie

Google **a défini les standards ergonomiques de certains usages** sur le marché de la collaboration, notamment la coédition de documents. L'interface est user centric, et a été pensée pour des utilisateurs "grand public" donc conserve une forte simplicité à l'usage.
Les applications mobile sont également à la pointe, chaque brique de la suite collaborative disposant de sa propre application.
Les limites ergonomiques sont atteintes dès lors qu'on veut personnaliser le rendu de la plateforme et l'inscrire dans un contexte de communication / d'intranet d'entreprise ou de direction. (branding, etc...). **Du développement est alors nécessaire pour créer des espaces personnalisés** partagés à tous les utilisateurs d'une direction / d'un métier.

Stratégie et positionnement

Google est aujourd'hui **le concurrent principal de l'offre Microsoft Office 365** avec la suite IBM, à savoir un des seuls éditeurs à proposer **une solution bureautique + collaboration** destinée à toutes tailles d'entreprise. Le modèle tarifaire de l'éditeur est plus simple avec un cout fixe récurrent chaque mois (mais pas forcément plus avantageux).
Google a réinventé la collaboration et de nombreux éditeurs s'en sont inspirés dans leurs offres (dont Microsoft et IBM, notamment pour leur offre de gestion personnelle de documents).
Selon nous, l'offre de Google reste **limitée pour outiller l'ensemble du périmètre collaboratif de grandes entreprises**, notamment au niveau de l'étanchéité interne / externe (Google + n'est pas complètement cloisonnable) ainsi qu'au niveau des possibilités de personnalisation du rendu.
L'éditeur cherche aujourd'hui à repositionner **Google + au centre de son offre, afin d'en faire l'intranet social de demain**, des premières intégrations avec les autres briques ont vu le jour et laissent présager d'améliorations futures.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

GOOGLE APPS

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

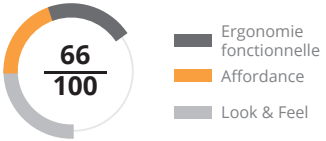
HOOZIN

Hoozin est une plateforme collaborative construite sur un socle Microsoft Sharepoint. Contrairement à cette dernière, les usages collaboratifs sont nativement mis en scène de manière ergonomique, et les informations transitent au sein de fils d'actualités intégrés aux communautés et aux sites.
La plateforme présente donc une proposition d'usages simplifiée : espaces projets, espaces d'échanges, réseau social accessibles.

Nouveautés 2014

Hoozin ajoute à son offre une nouvelle application de tableau blanc. Le tableau blanc permet d'échanger de manière ergonomique autour d'un document. Les utilisateurs ajoutent des notes, des post-its, des indications, il peuvent déplacer les pages du document, les agencer comme ils le souhaitent. Différents usages sont ainsi outillés comme le brainstorming, la coédition, la révision.
Hoozin a également mis à disposition dans l'outil des workflows de publication simples, à destination d'équipes éditoriales.

Ergonomie



L'outil est simple d'utilisation et ergonomique, et amène un vrai plus à l'offre de Microsoft en clarifiant la proposition d'usages pour l'utilisateur final. La structure de la barre de navigation latérale peut cependant prêter à confusion.
Le look & feel de la solution est moderne et agréable, Hoozin capitalise sur sa jeunesse (la solution est sortie en 2012)

Stratégie et positionnement

L'éditeur se positionne comme une **alternative à l'offre de Microsoft** soit en amont soit en aval de l'existence d'un projet Sharepoint. Hoozin part du constat simple que **la majorité des clients n'ont pas besoin de l'ensemble des fonctionnalités** (et de la complexité) de l'outil de Microsoft. En proposant un package simplifié, ergonomique, et centré sur les fonctionnalités de base, **Hoozin parvient à séduire des petites et moyennes entreprises pragmatiques**, dont les DSI ne sont pas désireuses de s'embarquer dans de longs projets de développement.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

HOOZIN

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

HUM HUB

Hum Hub est une jeune solution open source de réseau social d'entreprise, sortie en 2014. La plateforme outille nativement des usages tels que la gestion de projet (gestion de calendrier projet, de documents, gestion de tâches, coédition synchrone), les communautés de pratiques, etc. La plateforme invite aussi au développement de nouveaux modules complémentaires, qui peuvent être partagés à la communauté sur la place de marché.

Nouveautés 2014

Sorti en 2014, Humhub propose pour le moment un **socle de fonctionnalités basiques** dédiées à la collaboration (calendrier, gestion de documents, de tâches, timeline, etc.).. L'outil propose nativement un **annuaire social** et propose des outils d'animation de communautés évolués (possibilité d'inscrire automatiquement les utilisateurs à certaines communautés selon leur groupe).
La market place se développe progressivement et ne compte à ce jour qu'une dizaine de modules complémentaires (Breaking news, Etherpad Notes, Calendar, Tasks, etc.)

Ergonomie

Ergonomie fonctionnelle
Affordance
Look & Feel

Le produit très récemment lancé est **en phase avec les standards du web** en matière de design et d'ergonomie. **L'interface est agréable et l'outil se veut très compréhensible**. Le challenge de l'éditeur sera de parvenir à conserver ce niveau de qualité à mesure que des modules additionnels seront développés.

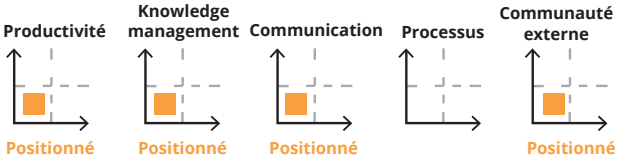
Stratégie et positionnement

L'éditeur **s'adresse aux petites et moyennes entreprises**, mais compte également sur le secteur associatif et les collectivités pour se créer des premières références. Hum Hub met en avant sa flexibilité, et **la capacité de la solution à outiller des contextes de collaboration particuliers**, en se basant sur les possibilités de développement de modules métier.
L'éditeur fait le choix (surprenant) de ne proposer qu'un mode hébergé, et **distribue son outil gratuitement**, vendant des prestations de développement complémentaires.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



HUM HUB

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

IBM

IBM propose une suite collaborative constituée d'IBM Connections, brique de réseau social centrée sur l'utilisateur, d'IBM Filenet, outil de gestion documentaire d'entreprise. IBM Websphere outille la partie "gestion de contenus web" qui peut être intégrée à l'offre collaborative.
IBM package son offre collaborative soit avec IBM Connections seul, soit avec IBM Connections enrichi du module CCM, qui apporte des fonctionnalités documentaires de base (mais moins riches que Filenet), soit avec IBM Connections + Filenet.
L'utilisateur dispose donc d'une plateforme communautaire, avec un fil d'activité agrégeant l'ensemble des informations issues de son réseau et de ses communautés, et peut accéder à une GED d'entreprise si Filenet est retenu, ou à des GED par communautés si CCM est préféré.
IBM propose également un module de coédition de documents, IBM Docs, assez similaire à Google Drive mais installable sur l'infrastructure du client.

Nouveautés 2014

IBM a énormément travaillé sur la gestion personnelle de fichiers, et notamment sur la capacité que les utilisateurs ont à **synchroniser leurs fichiers personnels sur différents terminaux**, ou à collaborer ensemble (coédition, commentaires) sur des documents, y compris en mobilité.
Les contenus (documents et autres) sont maintenant **pré-visualisables directement dans le fil d'actualité**, qui a été amélioré pour une meilleure lisibilité de l'information.
Enfin la gestion des utilisateurs externes (partenaires, clients...) a été améliorée, notamment sur l'offre cloud.

Ergonomie

L'interface est riche et pourra **nécessiter un travail de customisation graphique** pour mettre en avant les fonctionnalités essentielles. La forte modularité de l'outil et ses connections avec les autres produits IBM (comme FileNet) ne facilitent pas toujours la compréhension globale du produit. Néanmoins l'implémentation de plug-ins Outlook et Desktop, en rendant le réseau social transparent, peuvent p**articiper à une prise en main plus rapide**. A noter un très bel effort sur les **applications pour mobiles et tablettes qui sont parmi les plus ergonomiques du marché**.

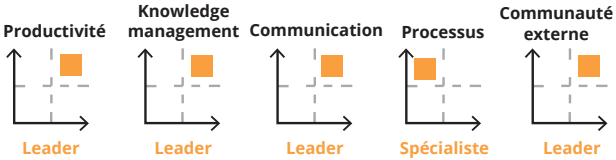
Stratégie et positionnement

La stratégie d'IBM, depuis quelques années, est de parvenir à simplifier au maximum la gestion du cycle de vie des contenus d'un utilisateur, depuis la réception d'un mail jusqu'à la capitalisation dans une banque de connaissances, quelque soit l'outil utilisé. Cette vision, disruptive, a mis du temps à se concrétiser dans l'offre d'IBM, en raison d'un manque de maturité du marché. L'offre d'IBM s'adresse principalement aux moyennes et grandes entreprises, bien que l'offre cloud, peu mise en avant, puisse convenir à des entreprises plus petites.
L'offre de messagerie d'IBM évoluera en 2015 avec Verse, nouveau client de messagerie "intelligent", pour suivre cette stratégie.
IBM peine aujourd'hui à s'imposer sur le terrain de la messagerie et de la bureautique face à Microsoft et l'émergent Google, freinant sa capacité à concrétiser cette stratégie.
Cependant les outils d'IBM, notamment IBM Connections, s'intègrent parfaitement aux outils Microsoft, et permettent de concrétiser la vision de l'éditeur, y compris dans un contexte pluri-éditeurs.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



IBM CONNECTIONS + CCM

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

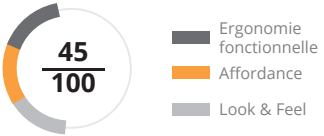
INSPHERIS

Bounce In est éditée par Insphéris, société française spécialisée dans le social et le collaboratif depuis 2006. La solution se démarque en proposant dès sa page d'accueil un portail mêlant communication institutionnelle, actualités sociales et widgets personnalisés. L'outil, avec une ergonomie des plus accessibles et une sélection judicieuse de fonctionnalités, est un très bon compromis entre intranet de communication et plateforme collaborative. L'éditeur parviendra à séduire les organisations à la recherche d'une solution clé en main pour outiller la communication interne, la collaboration et la recherche de compétences.

Nouveautés 2014

Inspheris lance en Mars 2014 la version 4 de son produit. Toujours dans l'optique de se différencier de ses concurrents RSE, l'outil propose désormais un moteur de création de pages personnalisées type CMS, faisant remonter des contenus filtrés sur certains critères. Le Wysiwyg a été refondu pour permettre plus d'options, et la gestion des galeries d'images est désormais simplifiée et plus ergonomique.

Ergonomie



Avec une navigation similaire à celle d'un intranet ou d'un site web, Bounce In, contrairement à la plupart des solutions RSE, ne rompt pas avec les codes et les habitudes des collaborateurs. La solution trouvera aisément sa place dans une organisation souhaitant assurer une transition douce vers le collaboratif sans aller jusqu'à des usages très avancés. L'éditeur limite le choix des fonctionnalités pour aller à l'essentiel, cela se ressent avec une interface épurée et intelligible dès la première utilisation.

Stratégie et positionnement

L'éditeur fait donc le pari de se spécialiser sur le segment du social Intranet, avec une offre différenciée. A noter également que la plateforme est open source, dans le but de convaincre un maximum d'intégrateurs de distribuer le produit (stratégie en cours de concrétisation).
La plateforme s'adresse principalement aux petites et moyennes entreprises, et entre dans une phase de communication et de distribution plus active.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

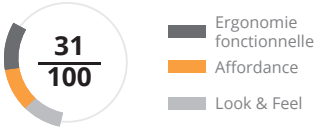
JALIOS

jCMS est une solution de gestion de contenus riche et généraliste, concurrente de Sharepoint, capable de gérer des sites x-net, des espaces collaboratifs, documentaires, et même du réseau social.
jCMS permet avant tout à des administrateurs formés de créer des environnements de communication complètement personnalisables (rendu, workflows, etc.). Les modules "collaboratifs" et "réseau social" permettent de rajouter des fonctionnalités basiques de collaboration, pré-packagées pour faciliter l'usage mais disposant aussi de fonctionnalités de personnalisation avancées. Le package natif nécessite une prestation d'intégration pour être utilisable dans un contexte métier.

Nouveautés 2014

Jalios a lancé en Octobre 2014 la version 9 de son produit jCMS. Le chantier majeur traité cette année par l'éditeur est l'**expérience utilisateur** (notamment en mobilité). L'outil a donc été **entièrement refondu pour proposer une interface responsive design**, respectant la logique de "**progressive disclosure**" (permettant de masquer les fonctionnalités inutiles aux utilisateurs novices). Une refonte réussie, accompagnée d'un lot d'évolutions, notamment sur le **JDrive** (outil de gestion de documents personnels), ou encore sur les intégrations (**module Evernote, GDrive, etc.**)

Ergonomie



Du fait de son large éventail de fonctionnalités, l'outil peut être **complexe à appréhender pour un utilisateur**, et difficile à gérer pour les administrateurs dont le back-office est très fourni. L'ergonomie native de la solution a été améliorée sur la version 9, **les fonctionnalités étant plus intuitives**, sur poste de travail ou en mobilité.

Stratégie et positionnement

L'éditeur se positionne comme outil généraliste, **directement concurrent de Microsoft et IBM** sur le périmètre de la **gestion de contenus et du collaboratif dans les entreprises**. L'ambition de Jalios est de rendre les DSI moins dépendantes et «prisonnières» des offres de ces deux acteurs, tout en proposant des connecteurs natifs à leurs outils bureautique et clients de messagerie instantanée (pour lesquels Jalios ne possède pas d'offres)

Jalios reste volontairement dans une vision non disruptive et peu différenciée des modes de collaboration, laissant la possibilité aux intégrateurs de mettre en scène les intentions d'usages souhaités par leurs clients à partir de briques généralistes de base. Une stratégie qui porte ses fruits et qui permet à l'éditeur de continuer à gagner des parts de marché.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

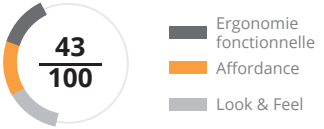
JAMESPOT

Jamespot est un réseau social hautement personnalisable et configurable selon des contextes métier, par le biais de connecteurs nombreux, mais aussi de fonctions de personnalisations avancées (on peut créer de nouveaux types de contenus, des workflows, agencer les groupes et pages, etc).
L'outil permet donc de socialiser des processus métier, et propose également un socle collaboratif et social de base, ainsi que des fonctions d'intranet.

Nouveautés 2014

Jamespot a **enrichi son catalogue d'applications** en 2014, mais a également refondu quelques modules centraux à la solution : **la banque documentaire** (outil de gestion de documents) a ainsi été modernisée pour atteindre les standards ergonomiques actuels (glisser / déposer, navigation arborescente, etc.)
Les **fonctionnalités d'animation / éditorialisation** ont également été revues avec l'ajout de fonctions de mise à la une et d'éditorialisation de pages web.
Enfin le partage de contenus à l'externe est désormais possible grâce à l'application "viralité".

Ergonomie



L'ergonomie de Jamespot **dépend principalement du paramétrage de la solution**. De base, l'interface est peu engageante comparée à ses concurrentes, mais des fonctionnalités de personnalisation avancée permettent de pallier à ce défaut. L'ajout de modules et de connecteurs doit également être bien pensé pour ne pas perturber la navigation des utilisateurs.

Stratégie et positionnement

Jamespot s'est positionné très tôt sur la réalisation de réseaux sociaux contextualisés à des processus métier. Cette stratégie a permis à l'éditeur de se créer un **catalogue d'applications métier** conséquent, mais également de configurer très rapidement sa plateforme à des contextes métiers spécifiques..
On peut aujourd'hui dire que Jamespot permet dans une certaine mesure de réaliser à partir de sa solution standard ce que d'autres font avec de l'intégration. Chaque plateforme Jamespot est personnalisée et différente de ses consoeurs.
Ce positionnement atypique ajouté à la proximité de l'éditeur (équipes en France et prise en compte des demandes clients régulières), confère à Jamespot une **position privilégiée sur le marché français**.

Accessibilité

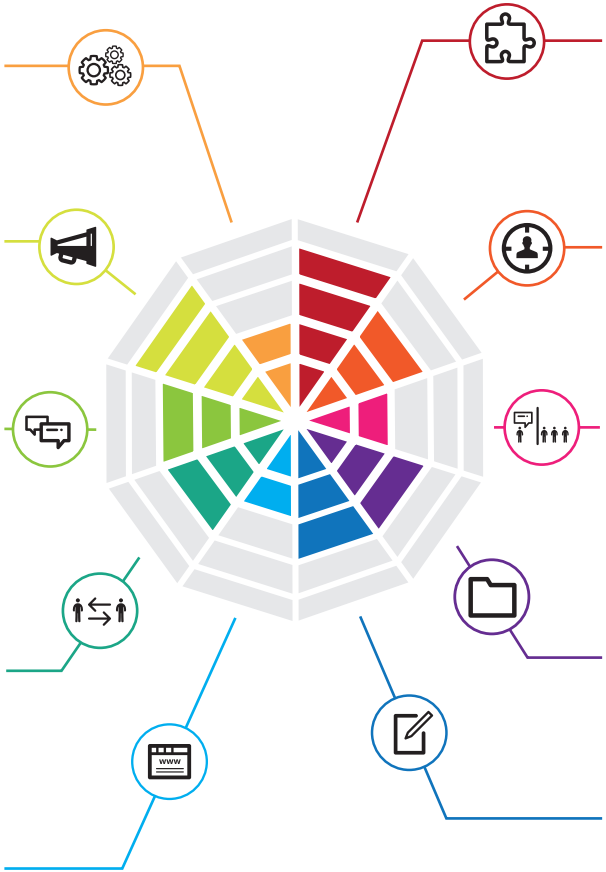
Web Responsive / Web App

App dédiée

JAMESPOT

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko



- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

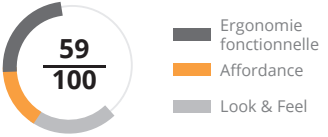
JIVE

Jive est une solution de réseau social proposant des templates collaboratifs pré-packagés, centrés sur des propositions d'usages distinctes. Ainsi on pourra créer en quelques clics des espaces de communication, des communautés de pratiques, des communautés d'innovation, chaque usage disposant de son propre template. Jive propose beaucoup de fonctions éditoriales, permettant à l'outil de remplir une fonction d'Intranet social articulé aux autres briques du SI (on premise ou SaaS) grâce à de nombreux connecteurs.

Nouveautés 2014

Jive a travaillé en 2014 sur sa stratégie "court terme" en développant **le module "pages"**, qui permet de créer de mini intranets de publications, afin de se positionner au mieux sur le marché des intranet sociaux, et a également préparé sa stratégie long terme, avec **une refonte de ses API** pour faciliter la création de connecteurs destinés à enrichir la market place.
Jive a également rendu sa plateforme **nativement responsive design** (ce qui s'ajoute aux applications natives déjà présentes) .

Ergonomie



L'outil est très complet et **s'adresse donc à des utilisateurs matures**, notamment sur les fonctionnalités d'administration. Le look & feel est moderne et agréable, des aides contextuelles présentes pour les utilisateurs finaux, mais **l'ensemble peut être complexe à appréhender** selon le paramétrage fait de la solution. Une prestation d'intégration est souvent nécessaire, contrairement à la majorité des concurrents pure players RSE.

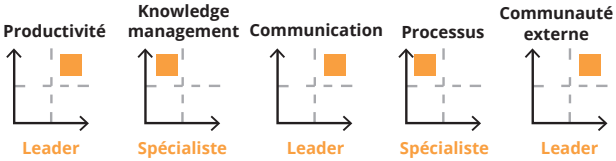
Stratégie et positionnement

Jive conserve un **positionnement haut de gamme** sur le marché du social et du collaboratif, avec un outil en avance sur la concurrence, un marketing fort, et un prix public affiché haut. **L'offre vise toutes tailles d'entreprises**, bien qu'étant majoritairement présent dans les moyennes et grandes.
A terme Jive se positionne comme **hub collaboratif de l'entreprise**, et portail social agrégeant les contextes de collaboration de chaque utilisateur. Pour l'instant, la solution se positionne principalement comme **Intranet Social, concurrençant les leaders du marché** (Microsoft, IBM, Jalios...) sur ce segment.
A noter que l'éditeur continue à réaliser des pertes chaque année, et ne parvient pas encore à rentabiliser sa structure.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

KAYOO

Kayoo est une jeune solution de réseau social d'entreprise française, déployée au sein de Business & Decision notamment (la start-up y a été incubée). L'éditeur propose une plateforme sociale packagée, où l'utilisateur peut organiser et modifier ses flux d'informations à partir de flux institutionnels (le flux de la direction RH, le flux de la DSI, etc.) et de flux personnalisés (créés à partir de centres d'intérêts ou d'utilisateurs proches).
Cette approche permet à l'utilisateur de maîtriser complètement son accès à l'information, et de l'organiser selon sa propre logique (arborescente, à plat, ou autres). Tout en permettant à l'entreprise de proposer ou d'imposer ses flux. Une manière habile de moderniser la communication au sein de l'entreprise !

Nouveautés 2014

La solution a évolué en 2014, avec l'ajout de **deux nouvelles intégrations** : Lync (outil de messagerie instantanée de Microsoft) et **Seafile** (outil de gestion documentaire). L'éditeur a également **affiné** par petites touches le produit (amélioration du back-office, inscription de nouveaux utilisateurs, partage sur des réseaux sociaux externes…).
En **février 2015 sort une nouvelle version de Kayoo**, ajoutant un **Chat**, un module **Video**, un module de géolocalisation et refondant le profil utilisateur ainsi que la gestion des expertises.

Ergonomie

Ergonomie fonctionnelle
Affordance
Look & Feel

L'outil est jeune et possède donc une **ergonomie moderne**. Le look & feel est proche des standards des réseaux sociaux publics et la plateforme plus simple à appréhender. Des **aides contextuelles** permettent d'aider les utilisateurs lorsque c'est nécessaire.
Kayoo possède donc une **bonne ergonomie**, à hauteur des meilleurs réseaux sociaux du marché.

Stratégie et positionnement

Kayoo propose aujourd'hui une offre de réseau social pur, qui peut être enrichie de deux manières : soit **en profitant des intégrations existantes** réalisées avec par exemple **XWiki** pour la gestion de contenus ou **Scoop-it** pour la veille collaborative, soit par intégration aux outils proposés par Business & Décision (outils de reporting, outils décisionnels, de gestion de contenus, etc…).
L'éditeur cherche aujourd'hui à se positionner sur un marché complexe, et a pu commencer à **travailler avec ses premiers clients** (autre que B&D) en 2014. Un travail à poursuivre pour **se différencier des concurrents et s'installer durablement dans l'écosystème**.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

KAYOO

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

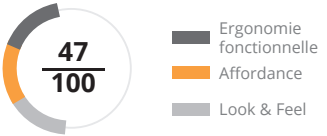
KNOWINGS

Knowings est une solution de Knowledge Management, qui s'est dotée de fonction sociales ces trois dernières années. La solution est très flexible, permettant à chaque client de se créer une base de connaissances complètement personnalisée, avec des potentialités fortes en termes de création de contenus, de circuits de publication / validation, ou encore de gestion du rendu des pages.
S'ajoutent à ce socle de base un outil de microblogging riche et évolué, intégré à la base de connaissances, et une gestion de profils riches et d'annuaire social.

Nouveautés 2014

L'éditeur sort en 2014 la **Knowings box**, socle proposant une intégration plug & play avec les outils bureautiques Office, Outlook, Lotus, mais également Google.
Des amélioration ergonomiques ont également été apportées sur le partage et la gestion des vidéos, ainsi que sur les fils d'actualités qui deviennent entièrement configurables.
Enfin l'outil se dote d'un nouveau module de workflow, de fonctionnalités de newsletter et d'une gestion améliorée du multilinguisme (lier un document à un autre document est désormais simplifié).

Ergonomie



Probablement le point faible de l'outil comparé à la concurrence, **l'ergonomie de Knowings reste "classique"**. **Une refonte est prévue en 2015**, avec l'ajout notable du responsive design.
Les possibilités de personnalisation de la plateforme permettent de **la rendre simple d'usage pour les utilisateurs finaux**. Les interfaces de publication **reflètent en revanche la complexité de l'outil**.

Stratégie et positionnement

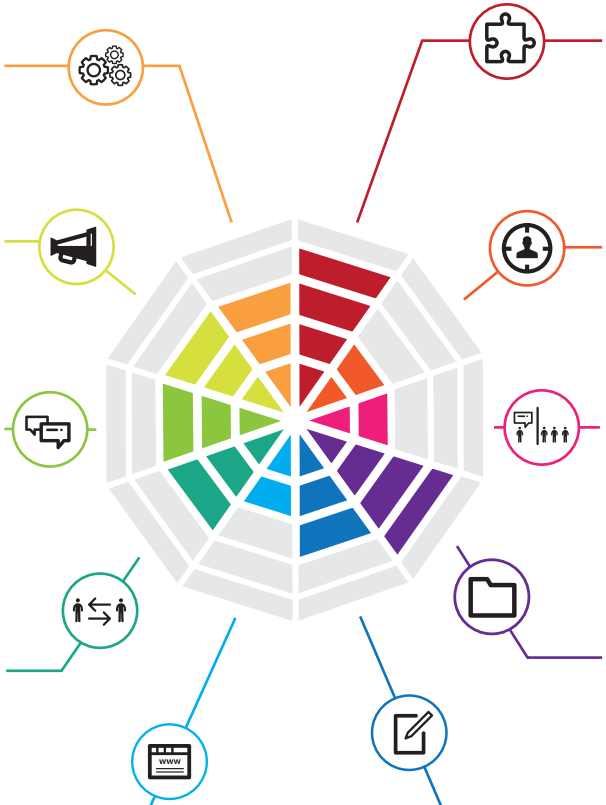
Knowings se positionne sur deux segments clairs de la collaboration : **le knowledge management reste son positionnement historique et central**. La solution possède un socle fonctionnel très fort lui permettant de faire la différence dans des contextes ou les entreprises ont besoin de **gérer des types contenus métier particuliers ou des processus directement sur la plateforme**.
Knowings se positionne également sur la **productivité** et a fait un grand pas cette année pour se mettre au niveau de la concurrence sur **l'intégration aux outils bureautiques des utilisateurs** (module permettant de déposer des documents depuis ou vers Outlook, Office, Lotus, etc..).

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

lecko



- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

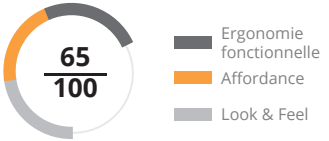
KNOWLEDGE PLAZA

Knowledge Plaza est une plateforme de gestion de connaissances intégrant des fonctions sociales avancées (Social KM). L'outil met en scène le partage de connaissance sous plusieurs formats (fichiers, liens, discussions, questions). Le partage se fait par le biais du fil d'actualité de chaque utilisateur. La classification de l'information est elle aussi simplifiée et repose sur une logique folksonomie intelligente, et les conversations autour des contenus s'intègrent ergonomiquement à la base de connaissances.
Enfin des fonctions d'éditorialisation de ces connaissances sont proposées pour permettre à des animateurs de mettre en scène des bases de connaissances personnalisées.

Nouveautés 2014

Knowledge Plaza a ajouté à son offre en 2014 les modèles de collection, permettant de créer à la volée de nouveaux types de contenus (fiches projet, concours d'idée, CR de réunion, etc.). Un ajout qui permet de personnaliser un peu plus la plateforme aux spécificités de chaque client.
Knowledge Plaza a également amélioré son système de filtrage de l'information. Les onglets intelligents, permettant de créer des vues personnalisés sur la base de connaissances, peuvent désormais être paramétrés plus finement, et disposer de facettes visibles sur l'interface.

Ergonomie



L'outil est simple et ergonomique comparé aux plateformes de gestion de connaissances "classiques". Les interfaces de publication sont notamment simplifiées, ainsi que les interfaces de recherche, claires et utilisant des filtres à facettes. La solution présente un look épuré agréable.

Stratégie et positionnement

Knowledge Plaza est clairement positionné sur le segment du social KM, ou il possède une offre très différenciée par la mise en scène de son outil. L'éditeur vise à outiller tous les types de projets collaboratifs dans lesquels la gestion de connaissances est une composante majeure.
Ce positionnement différencié permet à Knowledge Plaza de se distinguer sur le marché et de conquérir des clients de toutes tailles.
Knowledge Plaza a également enrichi son offre de nouveaux packages (veille collaborative, base documentaire, social CRM, communication) qui sont des déclinaisons de sa plateforme. Un message assez contradictoire avec le positionnement Social KM, qui peut cacher les forces de la solution.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

KNOWLEDGE PLAZA

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

Outiller les processus de vente
Outiller les processus de R&D
Outiller le processus logistique
Outiller le processus RH
Outiller le processus de production (PLM)
Outiller le processus de finances / compta
Outiller des processus décisionnels
Outiller la gestion de la relation client
Outiller le marketing
Outiller des processus administratifs

Mettre en avant certains contenus
Publier des contenus riches
Cibler sa communication
Piloter sa communication
Créer des espaces de communication
Mettre en place des circuits de validation
Organiser des enquêtes, des sondages
Faire vivre la communication
Paramétrer alertes et notifications
Encourager l'engagement des utilisateurs

Echanger autour d'un contenu
Partager des contenus courts (microblogger)
Partager des fichiers
Partager le fruit d'une veille
Faciliter l'entraide (questions / réponses)
Faciliter l'innovation (ideation)
Mettre en scène des espaces de conversation
Converser en temps réel
Partager des contenus en privé
Partager en situation de mobilité

Gérer son identité numérique
Interroger un annuaire social
Animer un réseau d'experts
Se constituer un réseau professionnel
Echanger avec son réseau professionnel
Créer des communautés thématiques
Mettre en avant les utilisateurs
Gérer un espace de communication personnel
Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
Maitriser son graphe social

Editer des pages web
Gérer des templates de pages web
Gérer des blocs de contenus
Editer des types de contenus
Gérer le multilinguisme
Faciliter la création de sites mobiles
Gérer les droits sur les pages et contenus
Organiser le cycle de vie d'un contenu
Permettre la création de sites structurés
Rendre publics certains contenus

Présence sur le marché
Compétitivité (prix)
Vision stratégique
Pérennité de l'éditeur
Investissement en France
S'intégrer au système d'information
Proposer une offre hébergée
S'intégrer à des outils de gestion de contenus
L'outil facilite les développements
L'outil respecte les standards d'interopérabilité

Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
Personnaliser le rendu de la plateforme
Personnaliser le rendu des contenus
Personnaliser les pages d'accueil
Personnaliser les fils d'actualités
Respecter les standards d'accessibilité
Etre accessible sur tous navigateurs
Proposer une interface multi-support
Disposer d'un tableau de bord personnel
Ergonomie de l'outil

Faciliter l'inscription des partenaires / clients
Converser avec ses partenaires / clients
Différencier utilisateurs internes et externes
Animer une communauté de support
Organiser des concours
Echanger autour des produits de l'organisation
Monitorer l'activité des clients
Envoyer des newsletters
Animer ses pages sur les médias sociaux
Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

Classer les contenus
Structurer des plans de classements
Administrer un référentiel de métadonnées
Classer les connaissances par tags
Gérer les versions des contenus
Rechercher un contenu
Aider l'utilisateur à classer l'information
Gérer les droits d'utilisation des contenus
Archiver les contenus
Gérer de grands volumes de données

Coéditer un contenu (wiki)
Coéditer un document
Mettre en scène un espace projet
Piloter un projet
Créer des tâches et les affecter
Gérer mes taches personnelles
Gérer mails, agenda et contacts
Organiser mes contenus personnels
Accéder à mes documents en mobilité
S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

LIFERAY

Liferay est un outil de gestion de contenu open source, boite à outils permettant de développer des sites internet, intranet, mais également des plateformes collaboratives, documentaires, sociales. L'outil existe dans sa version communautaire et dans sa version entreprise, qui ajoute principalement du support et des fonctions d'administration (monitoring technique) avancées.
Liferay permet de réaliser des intranet ou plateformes collaboratives personnalisés, que ce soit dans la structure (arborescences de communautés et sous-communautés, pour refléter la structure de l'entreprise), ou dans les contenus (liberté totale sur le paramétrage et l'affichage des contenus). L'outil propose également nativement un module de réseau social, Liferay Social Office, ajoutant la gestion de profils riches, du microblogging, et de communautés conversationnelles packagées.

Nouveautés 2014

Pas de grandes nouveautés en 2014 pour Liferay. La dernière version 6.2 est sortie en décembre 2013, facilitant la gestion des documents, améliorant la robustesse technique de la plateforme et ajoutant des outils pour gérer la mobilité. L'éditeur prépare activement la sortie de **Liferay 7**, prévue pour le second semestre 2015. Au programme, refonte de l'ergonomie de publication (Wysiwyg amélioré), géolocalisation des contenus, mise en place d'Elastic search, etc. **Une version majeure principalement axée sur les fonctionnalités de gestion et publication des contenus**, avec assez peu d'ajouts sur la partie sociale (possibilité de mentionner un utilisateur depuis n'importe quel contenu, ajout de notifications sur les contenus collaboratifs, etc.).

La confirmation que Liferay conservera son positionnement d'outil de gestion de contenus (WCM) d'entreprise.

Ergonomie

L'ergonomie front-office de Liferay dépend principalement du travail d'intégration réalisé en amont du projet, mais la version 6.2 sortie en décembre 2013 **facilite la déclinaison mobile des plateformes Liferay**, en proposant un vrai framework de développement de pages et contenus mobiles. Seules certaines fonctionnalités d'édition inline en front-office manquent pour proposer une expérience utilisateur à hauteur des outils les plus complets.
L'ergonomie back-office, important pour un logiciel de gestion de contenus, **est plutôt bonne comparée aux outils WCM du marché**, et ce grâce à une refonte graphique et une meilleure intégration entre front et back-office (outils de prévisualisation, liens dynamiques pour éditer les publications, etc.)

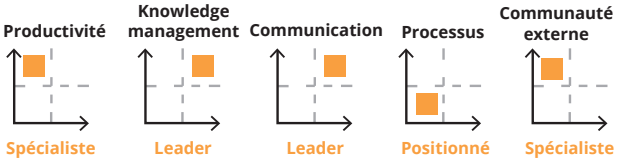
Stratégie et positionnement

Liferay s'adresse **à toutes tailles d'entreprises** ayant les moyens (financiers ou humains) de financer un projet de développement, la solution native étant trop limitée par rapport aux acteurs SaaS. De plus en plus présent dans les grandes entreprises, Liferay était **à l'origine positionné sur le marché des CMS** et s'est progressivement doté de fonctionnalités collaboratives.
Limité dans ses fonctions sociales natives, Liferay est particulièrement adapté pour des entreprises souhaitant conserver une dimension forte de communication / collaboration "traditionnelle" : portail de **diffusion d'information institutionnelle, intranet de directions ou d'entreprise, plateforme de gestion de contenus**. Les fonctionnalités sociales présentes permettent d'initier des usages adaptés à la maturité des utilisateurs.
La stratégie de Liferay est principalement basée sur l'entretien **d'une communauté de développeurs sans équivalent dans le monde open source,** et d'un réseau de **distributeurs / intégrateurs** étendus qui sont devenus experts du produit et le distribuent en faisant peu appel à l'éditeur.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



LIFERAY

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

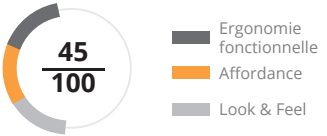
MICROSOFT

L'offre collaborative de Microsoft est constituée de plusieurs outils : la plateforme de gestion de contenus Sharepoint, qui est également la plateforme collaborative de l'offre, le réseau social Yammer qui n'est distribué qu'en SaaS, la messagerie instantanée avec Lync et Skype (uniquement disponible en tant que client) et enfin les outils bureautiques (Office et Outlook) sur lesquels nous nous attarderons moins.
Microsoft package son offre collaborative dans le cloud au sein de l'offre Office 365 qui comprend tous les outils précédemment cités, intégrés entre eux. L'offre "on premise" est moins fournie, Yammer étant absent et remplacé par un module de Sharepoint 2013, Newsfeed (limité par rapport à Yammer)
L'utilisateur dispose donc de plateformes collaboratives, intégrées à ses outils bureautiques offline ou online, mais également d'outils de productivité personnelle (OneDrive pour la gestion de documents, Lync pour la messagerie instantanée..), dans un environnement unifié.

Nouveautés 2014

Microsoft Microsoft a présenté le format **Office Graph** (modélisation des liens entre les utilisateurs, les contenus qu'ils partagent, leurs centres d'intérêts, etc.) afin de permettre la création d'applications permettant de tirer profit des graphes sociaux et graphes d'intérêts de chacun.. En témoigne récemment **la sortie de Delve**, application permettant à un utilisateur d'Office 365 d'accéder à une vue exhaustive des documents le concernant, quelque soit l'application dans laquelle ils sont partagés (Office, OneDrive, Sharepoint, Yammer, etc.).
Yammer est également de mieux en mieux intégré à l'offre Office 365, notamment sur des usages de coédition de documents, de conversation, et de synergie entre groupe Yammer et espace collaboratif Sharepoint. Une intégration qui devrait se poursuivre en 2015 !

Ergonomie



Les outils de la suite collaborative de Microsoft sont **indépendamment plutôt ergonomiques**, mais l'ensemble est plutôt très complexe à appréhender pour un utilisateur lambda (notamment pour comprendre les usages portés par chaque outil). Les univers graphiques de Sharepoint et Yammer ne sont pas encore intégrés, et **l'interface d'administration du premier nommé est très complexe**, reflétant la complexité et les possibilités de l'outil. Une prestation d'intégration poussée est nécessaire pour mettre en lumière les fonctionnalités essentielles pour chaque organisation, y compris sur l'offre Office 365.

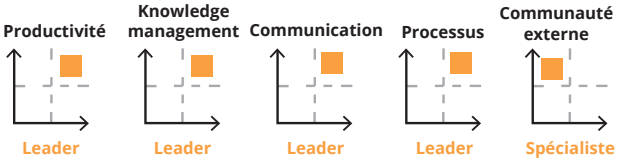
Stratégie et positionnement

Microsoft se positionne comme un éditeur outillant **l'ensemble des modes de collaboration au sein d'organisations de toutes tailles**. Depuis 2013, Microsoft a effectué un virage stratégique en **concentrant ses efforts de marketing et de R&D sur l'offre cloud Office 365. Yammer est positionné comme couche sociale** de l'offre, auquel les autres briques s'intègrent. L'offre «On premise» se retrouve de facto moins riche que celle d'Office 365 exclusivement dans le Cloud.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



OFFICE 365 + YAMMER

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

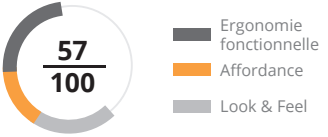
PODIO

Podio est un éditeur danois proposant une application de collaboration SaaS. La plateforme s'articule autour d'apps, qui sont dans Podio des contenus entièrement personnalisables par les administrateurs de chaque espace de travail. Ces types de contenus malléables permettent de contextualiser l'utilisation des espaces de travail à un usage métier. On pourra par exemple pour une équipe de vente créer un type de contenu "contrat", composé d'un document, d'un client, d'un montant, d'un avancement, etc... Podio propose également une place de marché permettant d'importer des apps créées par d'autres utilisateurs. A la différence d'un Sharepoint ou équivalent, les types de contenus peuvent être créés sans développement dans Podio.

Nouveautés 2014

L'éditeur continue à faire évoluer régulièrement sa solution. Toujours dans l'optique de permettre aux entreprises de reproduire des processus métier, Podio dispose dorénavant de **workflows complexes** qu'on peut lier aux apps, et également d'états de synthèse pour créer des **tableaux de bord pour piloter des processus métier**... De nombreuses application SaaS ont également été ajoutées au catalogue de **produits intégrables plug & play** (Twitter, Google Apps, Evernote, MailChimp, GoToWebinar, etc.). Podio continue aussi à faire évoluer ses applications mobiles.

Ergonomie



Podio permet de reproduire des processus métier complexes avec **des interfaces qui restent simples à comprendre pour l'utilisateur final**. La création d'un nouvel objet métier ne nécessite que quelques clics, l'édition se fait directement en front office, et les aides contextuelles sont omiprésentes (et même paramétrables). Les interfaces sont épurées et respectent les standards du web. On retrouve ce **même niveau de qualité sur les applications mobiles**. A noter tout de même que la lisibilité des flux d'actualités devient de plus en plus complexe au fur et à mesure de la mise en place de nouveaux objets métier.

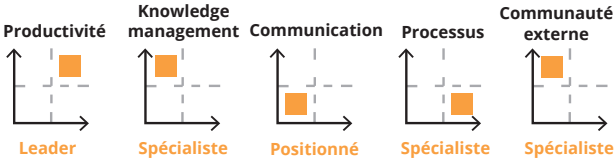
Stratégie et positionnement

Podio se positionne comme une plateforme collaborative à même **d'outiller différents processus métier au sein des entreprises**, et nécessite donc l'identification au préalable des contenus qui pourront alimenter les espaces de travail. La solution est donc de fait **très différenciée** des autres acteurs du marché qui sont soit généralistes soit positionnés uniquement sur certains segments métier.
Plutôt **destiné à des petites ou moyennes structures** qui n'auraient pas les ressources nécessaires pour utiliser un grand nombre d'applications métier, l'outil est principalement **distribué via son offre freemium et l'éditeur est assez peu présent dans l'écosystème français**.
L'éditeur distribue aujourd'hui son offre **via sa plateforme gratuite**, et est peu présent dans l'écosystème français (peu d'équipes commerciales, de distributeurs, etc.)

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



PODIO

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

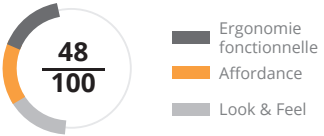
SEEMY

Seemy est une solution de réseau social d'entreprise, disposant depuis début 2015 d'un outil de gestion de pages web permettant d'ajouter une surcouche personnalisée (agencement et graphisme) sur le coeur collaboratif et social de la plateforme. Les organisations peuvent ainsi créer facilement des intranets s'appuyant (ou pas) sur les contenus de la plateforme originale.
Ce socle collaboratif et social, dissocié pour l'instant de la partie "Intranet personnalisable" reste quant à lui packagé autour de propositions d'usages simples (microblogging, partage de contenus, coédition de documents...).

Nouveautés 2014

Point de nouveautés en 2014, à l'exception du **module de tags** décrit l'année dernière sur ce référentiel. Mais Seemy a préparé la sortie en cette année 2015 de son **outil de gestion de contenus web**, dont l'ergonomie à l'utilisation est probante. Ce module est **simple à utiliser** et ne s'encombre pas de la lourdeur habituelle des interfaces de publications des outils de gestion de contenus.

Ergonomie



L'outil de gestion de contenus web proposé par Seemy est **très ergonomique**, et prend en compte les problématiques de mobilité en permettant à l'administrateur de créer **des pages responsive design** simplement. Le socle collaboratif et social est en revanche inchangé, et n'offre pas une ergonomie aussi satisfaisante. Seemy annonce travailler en 2015 sur l'uniformisation des interfaces de ces deux modules pour proposer une offre homogène.

Stratégie et positionnement

L'éditeur est donc en passe de **sortir d'un positionnement généraliste**, en proposant plusieurs packages : une offre **social Intranet** s'appuyant sur les fonctionnalités de gestion de pages décrites ci-dessus, une offre **Ideation** s'appuyant sur la mise en scène d'espaces dédiés à l'innovation, et une offre **Social KM** s'appuyant sur les fonctionnalités avancées de l'outil concernant la gestion de tags (utilisation thésaurus métier, etc.).
Ce repositionnement permet à Seemy de sortir d'un positionnement frontal avec les grands leaders du collaboratif et d'**adresser de manière plus précise les petites et moyennes organisations** en affichant des propositions d'usage claires.
L'outil possède cependant encore assez peu d'éléments différenciant avec ses concurrents sur chacun des marchés cités (social Intranet, Ideation, Social KM), si ce n'est pas sa capacité à délivrer des plateformes nativement compatibles aux interfaces mobiles.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

SEEMY

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

SITRION

Sitrion (anciennement Newsgator) commercialise le produit Social Sites, add-on à l'outil Sharepoint de Microsoft. Initialement positionnée comme complément sur le périmètre social (notamment le microblogging), la solution s'est diversifiée et permet aujourd'hui de couvrir certains usages que l'outil de Microsoft ne couvre pas : l'innovation (gestion des idées et de leur cycle de vie), la communication (mise à disposition sans développement de fonctionnalités de mise en avant de contenus), l'entraide (système de questions "intelligent" qui liste à l'utilisateur les questions déjà posées sur les sujets concernés), etc.

Nouveautés 2014

Sitrion a développé son offre ONE qui vise à doter les organisations d'une application mobile leur permettant d'agréger l'ensemble des contenus et documents nécessaires à chaque utilisateur. Ces contenus et documents depuis des produits clouds (Office 365, Salesforce, etc..) ou des produits hébergés comme Sharepoint ou SAP.

Ergonomie

Ergonomie fonctionnelle
Affordance
Look & Feel

Sitrion vient améliorer l'ergonomie de Sharepoint notamment sur le microblogging, **l'ajout d'un tableau de bord** central alimenté par des suggestions de l'outil, et l'ajout d'aide contextuelles omniprésentes lors de la navigation.

Stratégie et positionnement

Le rachat de Yammer par Microsoft et l'annonce d'une stratégie résolument tournée vers le social ont forcé **Sitrion à se repositionner**.
Sitrion cherche aujourd'hui à sortir d'un positionnement de dépendance vis-à-vis de l'offre de Microsoft en se diversifiant (rachat d'un intégrateur SAP, mise en place de hub permettant d'établir un dialogue entre des plateformes SAP et Sharepoint). La solution Social Sites conserve néanmoins un intérêt sur le marché, notamment pour les organisations ayant choisi une version hébergée de Sharepoint, et ne disposant donc pas de la puissance de Yammer. **L'offre de Sitrion parvient dans ce cas à compenser avantageusement l'absence de Yammer**.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

Productivité	Knowledge management	Communication	Processus	Communauté externe
Leader	Leader	Leader	Leader	Leader

SITRION + SHAREPOINT 2013

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

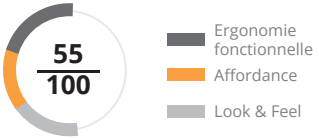
TALKSPIRIT

talkSpirit est un éditeur français distribuant sa solution de réseau social éponyme. Commercialisé depuis 2004, l'outil a connu de nombreuses évolutions pour devenir une plateforme conversationnelle complète, où l'information circule entre pairs (microblogging) ou au sein des communautés. talkSpirit propose de nombreuses fonctions d'animation pour faciliter l'embarquement des utilisateurs, et des fonctionnalités de customisation pour personnaliser ses plateformes et accueillir potentiellement ses clients ou partenaires.

Nouveautés 2014

2014 a vu talkSpirit devenir de plus en plus **user centric** (la solution est à la base articulée autour de communautés, une page centrée sur l'utilisateur avec ses flux et son interface de publication a été ajoutée en 2013 puis améliorée en 2014).
Un nouveau **moteur de recherche "elastic search"** a également été mis en place pour faciliter la recherche sur tous les types de contenus. Enfin les applications mobiles ont également été revues pour refléter les changements du produit web.

Ergonomie



L'ergonomie de talkSpirit a évolué positivement ces dernières années, l'outil est simple à prendre en main et agréable à l'oeil. La possibilité de personnaliser les pages d'accueil des utilisateurs et des communautés permet d'embarquer les utilisateurs assez simplement sur les usages de base.
Certaines fonctionnalités restent assez cachées / difficiles d'utilisation sur la plateforme (les tâches, le classement des documents, etc..).

Stratégie et positionnement

talkSpirit s'est repositionné ces deux dernières années comme un **éditeur de solution RSE SaaS packagée** à même d'outiller principalement des petites et moyennes entreprises, sur un **périmètre d'intranet social ou de plateforme communautaire**.
Conservant ses forces passées (la personnalisation des pages et communautés, la facilité d'animer et la gestion de communautés externes), talkSpirit reste une solution généraliste, distribuée par un éditeur proche de ses clients et impliquant ceux-ci dans la roadmap de son produit. Les faibles possibilités d'intégration au SI de grandes entreprises limitent la compétitivité de l'éditeur dans ces contextes.

Accessibilité

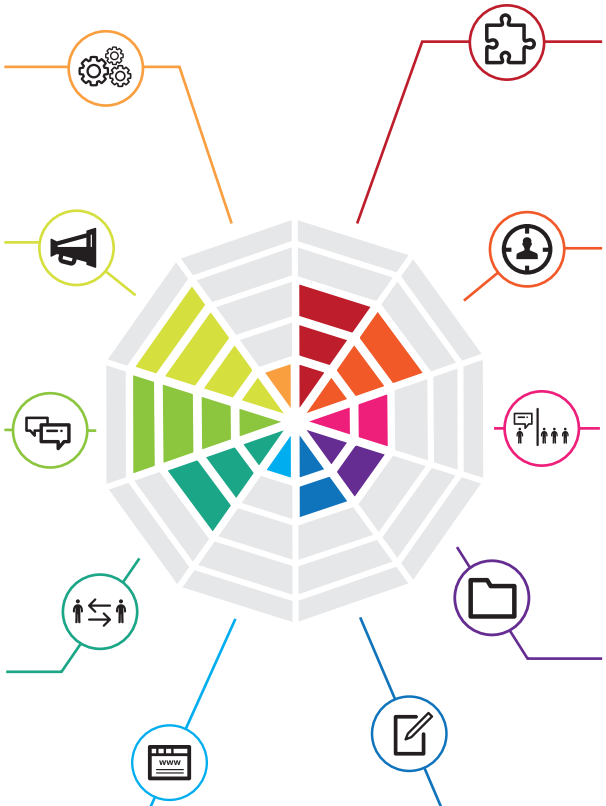
Web Responsive / **Web App**

App dédiée

TALKSPIRIT

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko



- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

TIBBR

Tibbr est une solution de réseau social développée par Tibco, spécialiste de l'intégration entre différentes briques du SI. Cet ADN se retrouve dans la solution, qui est un véritable portail social potentiellement intégrable avec de nombreuses applications SaaS (catalogue de plus de 30 applications), mais également via développement avec des applications installées dans l'entreprise.
La solution se présente sous forme de fil d'activité dans lequel l'utilisateur reçoit des messages (soit de Tibbr, soit des applications sociales intégrées à Tibbr), et y répond directement depuis tibbr. Les messages sont catégorisés en sujets, la particularité de tibbr étant que chaque sujet est lui-même une communauté de travail, avec gestion des participants, des lecteurs, etc. Les sujets sont classés dans une arborescence globale, qui permet de modéliser la base de connaissances de la plateforme de manière assez simple.

Nouveautés 2014

L'application évolue à un rythme soutenu. En 2014, tibbr a rajouté l'intégration à Sharepoint 2013 on premise, plus complète que celle proposée par Microsoft sur son offre on premise.
L'application de création de pages web a également été repensée pour simplifier la publication, et permet de créer des mosaïques de contenus agencés très simplement, à la scoop it. Les contenus peuvent être soit internes à tibbr, soit externes (médias sociaux, articles web, etc...)
tibbr innove également en ajoutant un concept de "VIP" : ceux-ci sont des utilisateurs sélectionnés parmi les membres de son réseau, dont les publications constituent un fil d'activité personnalisé. Une sorte de "réseau proche", pour éviter d'être noyé sous la masse de messages émis par l'ensemble des utilisateurs.

Ergonomie

L'outil propose un look & feel agréable et permet une prise en main immédiate (page d'accueil, lecture et écriture dans le flux). Le concept de sujet, qui modélise également des espaces de travail, peut être déroutant au début, mais efficace à la longue. De même, la liberté laissée à l'utilisateur dans le choix des apps à connecter amène de la complexité pour un novice.
En situation de mobilité Tibbr est à la pointe avec une interface web mobile responsive design, et des application dédiées Android, Black Berry, Iphone, Windows phone (beta), toutes doublées tablette.

Stratégie et positionnement

Tibco positionne son produit sur le marché de la digital workplace, intégrée aux outils de l'utilisateur (bureautique productivité) et outils de l'entreprise. tibbr est un portail social intégré aux applications métier de l'utilisateur.
Ce positionnement est aujourd'hui en avance de phase sur la maturité du marché, et l'éditeur séduira principalement les DSI ou les directions métier soucieuses de proposer une approche "intégrée" à leurs utilisateurs, ou alors les entreprises de petite ou moyenne taille fortement équipées d'outils SaaS . Le socle social seul reste un bon outil de RSE, simple, dont l'avantage concurrentiel réside dans la qualité de ses interfaces (mobiles notamment) et dans sa souplesse.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

WHALLER

Nouvel arrivant à la fois sur le marché français et dans le référentiel Lecko, Whaller est une solution de réseau social incubée au sein de Bolloré et fruit d'un travail de R&D de plusieurs années. L'outil se positionne comme un outil conversationnel pour échanger simplement au sein de sphères. Ces sphères peuvent être internes à l'entreprise, externes ou bien mixtes, et se présentent sous forme d'un fil de conversations, dans une logique proche d'un Yammer. Chaque sphère est rattachée à une organisation et chaque organisation peut ainsi disposer de son propre réseau social dès l'inscription (gratuite). La solution permet les usages collaboratifs basiques (échanger autour de contenus variés, médias, documents, etc..), propose une mini-brique CMS (payante) pour les organisations souhaitant créer un Intranet social, mais reste assez pauvre en fonctionnalités comparée à la concurrence.

Nouveautés 2014

La solution a été lancée en février 2014 et l'éditeur fait déjà évoluer son produit. Il a notamment ajouter récemment la possibilité pour un utilisateur de créer plusieurs organisations, la gamification avec un système de badges personnalisables, et enfin la sortie des premiers modules payants, **dont l'outil de CMS** pour personnaliser le rendu et les contenus de certaines pages.
Whaller s'inscrit **dans un rythme de développement élevé**, à l'instar de certains concurrents anglo-saxons, et montre **une belle vitalité** sur ces premiers mois de lancement.

Ergonomie

Très clairement un des points forts de la solution. Sortie tardivement sur le marché, Whaller ne possède pas de dette technologique, lui permettant de proposer une ergonomie immédiatement au niveau voire meilleure que ses concurrents. L'ergonomie de Whaller est réussie et apporte une sensation d'efficacité à une offre fonctionnelle centrée sur l'essentiel. L'utilisateur s'approprie facilement l'interface et configure intuitivement ses sphères permettant de créer des univers bien différenciés pour se repérer au sein de la navigation.

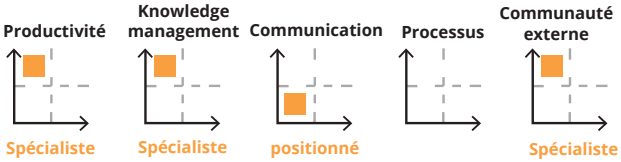
Stratégie et positionnement

L'éditeur arrive tardivement sur le marché du réseau social d'entreprise, et tente de se faire une place avec **une offre gratuite**. Cette offre comprend la majeure partie du périmètre fonctionnel de la solution, qui peut être enrichie par la suite de modules payants additionnels.
L'offre de Whaller présente cependant quelques manques qui freineront son expansion en 2015 face aux acteurs du marché de la collaboration sociale. La première est **un manque d'intégration aux briques collaboratives** existant dans les entreprises de moyenne et grande taille. Cette lacune devrait refroidir de nombreuses DSI de positionner Whaller comme socle social de leur stratégie collaborative. **La deuxième faiblesse de l'offre est son coté généraliste**, là ou la concurrence commence à se positionner sur des usages collaboratifs pour outiller les processus métier conformément à la maturité du marché.
La solution par sa simplicité et sa mise en scène reste un excellent pur réseau social, et saura convaincre des utilisateurs parfois déçus de la lourdeur et de la complexité de certains concurrents.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



WHALLER

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

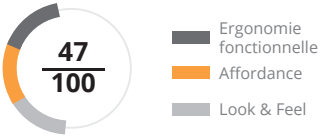
XWIKI

XWiki est une solution de gestion de contenus permettant à des organisations de créer des bases de connaissances, des sites internets ou intranets (entre autres) grâce à un moteur de wiki puissant, au sein duquel des scripts peuvent être écrits pour remonter les bonnes informations au bon endroit.
La solution est open source, très modulaire, et peut être paramétrée à souhait pour coller au mieux au contexte de l'organisation cliente.

Nouveautés 2014

XWiki **a rajeuni son interface en 2014**, en travaillant sur un rendu responsive design : magento, inspiré de bootstrap. **La refonte est totale** (wikis, profils, mais également interfaces d'administration...).
L'éditeur a également travaillé sur son interface d'ajout de bloc de contenus (les panels), afin de la rendre plus compréhensible pour l'utilisateur, et sur de nombreuses petites nouveautés (moteur d'affichage de graphiques, héritage natif des droits d'accès entre un wiki et ses sous-wikis, etc.).

Ergonomie



Le nouveau templating de la solution donne un **look & feel agréable** à hauteur de la concurrence, y compris sur les fonctions d'administration. L'ergonomie de la solution dépend néanmoins de la prestation d'intégration réalisée, et peut être personnalisée très finement. Enfin on note que selon les modules choisis l'ergonomie peut parfois être inégale.

Stratégie et positionnement

Le modèle financier de l'éditeur est de **distribuer gratuitement son outil** (via un réseau de distribution étendu), et de ne faire payer que le support, les formations, et certains développement spécifiques (XWiki jouant alors le rôle d'un intégrateur).
La stratégie est donc dans la lignée de ce positionnement, à savoir **proposer un outil à coût d'entrée bas, avec une simplicité de personnalisation et de développement forte** pour permettre à des intégrateurs ou à des DSI possédant les compétences adéquates de s'emparer de la technologie. Le pari technologique réussi a conféré à XWiki un positionnement reconnu sur le marché.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

YAMMER

Yammer est une solution de réseau social d'entreprise exclusivement cloud, proposée par Microsoft dans le cadre de son offre Office 365 ou en standalone. L'éditeur proposait à l'origine un outil de microblogging proche de Facebook dans ses fonctionnalités. Racheté par Microsoft en 2012, l'outil a depuis évolué : l'intégration à la suite Office 365 permet maintenant de coéditer des documents, de socialiser certains contenus de Sharepoint. Yammer permet à chaque utilisateur de créer facilement des communautés projets, des communautés d'intérêt, ou des espaces de conversations privés / publics. L'interface est très facile à utiliser, les fonctionnalités clés sont mises en avant et exploitables dès les premiers instants.

Nouveautés 2014

Depuis son rachat par Microsoft, les nouveautés portent principalement sur **l'intégration entre Yammer et les outils de la suite Office 365**. Cela s'illustre par exemple par l'intégration de widgets et d'applications Yammer dans SharePoint, des options de publication depuis SharePoint vers Yammer ou bien une barre de navigation uniforme dans Office 365 et Yammer. Si l'on considère Yammer indépendamment de O365, le produit évolue assez peu, on peut tout de même noter des améliorations au niveau des applications mobiles, des notifications, de la géolocalisation des contenus.

Ergonomie

Le cycle de développement de Yammer est court (de l'ordre de la semaine) et prend en compte à chaque fois les retour des utilisateurs sur les fonctionnalités nouvellement mises en place, depuis les premières versions. Cette méthode a permis de conserver **un outil très ergonomique et simple dans son utilisation**, y compris pour des utilisateurs novices. Ces principes n'ont pas été remis en question par l'acquisition du produit par Microsoft. Yammer propose également des **applications mobiles tout aussi ergonomiques**.

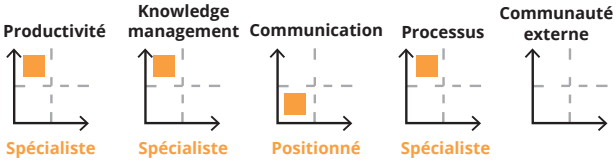
Stratégie et positionnement

Microsoft entend positionner Yammer comme **brique sociale transverse de son offre Office 365** (à savoir un socle collaboratif et social intégré aux outils comme Sharepoint, Office, Outlook, etc...). Cette promesse se concrétise progressivement pour les produits de l'éditeur, Yammer n'étant pas en mesure d'être une brique d'infrastructure sociale à ce stade. L'outil est un **différenciateur** dans la stratégie de Microsoft entre les offres cloud et on premise, afin de pousser les clients à choisir l'offre cloud (l'offre on premise ne possède pas d'équivalent à Yammer). En standalone, l'outil se déploie par **viralité** grâce à une offre gratuite qui permet à l'utilisateur de créer sa plateforme en quelques minutes. Yammer s'adresse directement aux collaborateurs avec son offre gratuite que l'entreprise pourra ensuite upgrader pour accéder aux fonctions d'administration. Ce positionnement avait permis à Yammer de se répandre au sein des entreprises avant le rachat de l'éditeur par Microsoft.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



YAMMER

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

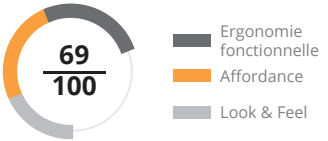
YOOLINK PRO

YoolinkPro est une solution de réseau social qui porte l'accent sur la simplicité d'utilisation. L'outil permet de mettre en place des communautés, facilement personnalisables selon le contexte métier de l'organisation. Yoolink choisit de privilégier l'ergonomie de sa solution à la course aux fonctionnalités, et propose de fait un des outils les plus séduisants visuellement et à l'utilisation sur le marché français. La solution s'avérera excellente pour animer du partage de bonnes pratiques, des espaces d'entraide ou de veille.

Nouveautés 2014

Pour faire face au phénomène de surinformation, l'éditeur a mené un **travail de refonte important de son moteur de recherche**. Outre une indexation des contenus plus large, une interface est désormais disponible pour filtrer les résultats de recherche en fonction de leur obsolescence.
Pour faciliter le travail d'animation d'une communauté, il est désormais possible de **créer des sondages et d'associer des notifications mails** lors de la publication d'un message, d'une question ou d'une réponse.
Enfin au sein d'une communauté, on peut structurer un espace de type «FAQ» avec une mise en forme des réponses aux questions les plus fréquentes.

Ergonomie



L'ergonomie du produit a été très travaillée et permet aujourd'hui d'aboutir à un produit très simple d'utilisation. Les usages cibles sont bien en scène et l'outil possède une excellente affordance. Seul bémol, un look & feel qui n'a pas tellement évolué ces dernières années et s'éloigne petit à petit des standards du web.

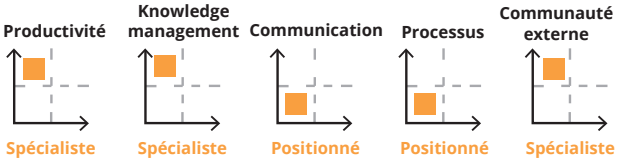
Stratégie et positionnement

La solution YoolinkPro est positionnée comme un **réseau social ultra simplifié et ergonomique**, l'éditeur parvient avec sa solution et sa proximité sur le marché français à **créer des succès dans des entreprises de toutes tailles**, bien que la solution semble particulièrement adaptée pour les petites et moyennes entreprises.
Yoolink poursuit en parallèle le développement de son offre de Social CRM : « You Don't Need A CRM » (lancée il y a un an). L'idée est de proposer une plateforme **favorisant l'engagement des prospects**, et la mise en place d'espaces d'échange potentiellement apporteurs d'opportunités. **Bien marketée, cette solution socialise le processus de relation client dans un environnement YoolinkPro**.

Accessibilité

Web Responsive / **Web App**

App dédiée



YOOLINK PRO

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

ZYNCRO

Zyncro est une solution de réseau social adressant le marché des petites ou moyennes entreprises. La plateforme est un hub collaboratif, permettant à des utilisateurs utilisant déjà plusieurs applications SaaS ou autres de retrouver celles-ci sur un fil d'activité unifié et des communautés de conversation.
L'utilisateur choisit lui-même parmi un ensemble de connecteurs ceux qu'il souhaite mettre en place, l'administrateur ayant la capacité de définir les connecteurs rendus disponibles.
Zyncro propose en sus des fonctionnalités basiques de microblogging, gestion documentaire, wikis, etc.

Nouveautés 2014

Zyncro concentre principalement ses efforts sur **l'enrichissement de sa liste de connecteurs**, et a également ajouté des fonctionnalités d'administration qui manquaient à l'outil sur la gestion des droits (accès, modification, écriture) aux communautés.
Le rythme d'innovation semble néanmoins s'être ralenti ces derniers mois.

Ergonomie

Ergonomie fonctionnelle
Affordance
Look & Feel

L'ergonomie de l'outil est plutôt moyenne, la faute à des intégrations plus ou moins propre selon les connecteurs utilisés. Une prestation d'intégration permet néanmoins d'améliorer l'ergonomie de base, la solution étant facilement personnalisable via développement.

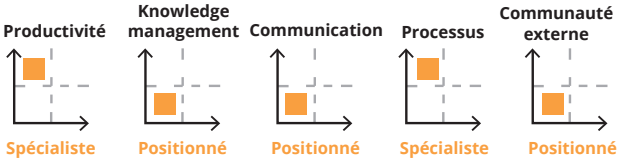
Stratégie et positionnement

L'éditeur se positionne sur le marché des petites et moyennes entreprises déjà solidement équipées en outils SaaS. Un marché qui grandit doucement en France, mais qui reste limité. Zyncro peine à se faire une place en France, principalement à cause d'un manque de présence commerciale et marketing. L'offre est pourtant mature et convainc sur le marché hispanophone. L'outil possède un **grand nombre de connecteurs avec de nombreux acteurs du SaaS** (Google, Evernote, etc...) comparé à ses concurrents.

Accessibilité

Web Responsive / Web App

App dédiée



ZYNCRO

DÉTAIL DE L'ANALYSE FONCTIONNELLE

lecko

- Outiller les processus de vente
- Outiller les processus de R&D
- Outiller le processus logistique
- Outiller le processus RH
- Outiller le processus de production (PLM)
- Outiller le processus de finances / compta
- Outiller des processus décisionnels
- Outiller la gestion de la relation client
- Outiller le marketing
- Outiller des processus administratifs

- Présence sur le marché
- Compétitivité (prix)
- Vision stratégique
- Pérennité de l'éditeur
- Investissement en France
- S'intégrer au système d'information
- Proposer une offre hébergée
- S'intégrer à des outils de gestion de contenus
- L'outil facilite les développements
- L'outil respecte les standards d'interopérabilité

- Mettre en avant certains contenus
- Publier des contenus riches
- Cibler sa communication
- Piloter sa communication
- Créer des espaces de communication
- Mettre en place des circuits de validation
- Organiser des enquêtes, des sondages
- Faire vivre la communication
- Paramétrer alertes et notifications
- Encourager l'engagement des utilisateurs

- Aider l'utilisateur à s'approprier l'outil
- Personnaliser le rendu de la plateforme
- Personnaliser le rendu des contenus
- Personnaliser les pages d'accueil
- Personnaliser les fils d'actualités
- Respecter les standards d'accessibilité
- Etre accessible sur tous navigateurs
- Proposer une interface multi-support
- Disposer d'un tableau de bord personnel
- Ergonomie de l'outil

- Echanger autour d'un contenu
- Partager des contenus courts (microblogger)
- Partager des fichiers
- Partager le fruit d'une veille
- Faciliter l'entraide (questions / réponses)
- Faciliter l'innovation (ideation)
- Mettre en scène des espaces de conversation
- Converser en temps réel
- Partager des contenus en privé
- Partager en situation de mobilité

- Faciliter l'inscription des partenaires / clients
- Converser avec ses partenaires / clients
- Différencier utilisateurs internes et externes
- Animer une communauté de support
- Organiser des concours
- Echanger autour des produits de l'organisation
- Monitorer l'activité des clients
- Envoyer des newsletters
- Animer ses pages sur les médias sociaux
- Piloter la visibilité de sa plateforme sur le web

- Gérer son identité numérique
- Interroger un annuaire social
- Animer un réseau d'experts
- Se constituer un réseau professionnel
- Echanger avec son réseau professionnel
- Créer des communautés thématiques
- Mettre en avant les utilisateurs
- Gérer un espace de communication personnel
- Animer plusieurs réseaux d'utilisateurs
- Maitriser son graphe social

- Classer les contenus
- Structurer des plans de classements
- Administrer un référentiel de métadonnées
- Classer les connaissances par tags
- Gérer les versions des contenus
- Rechercher un contenu
- Aider l'utilisateur à classer l'information
- Gérer les droits d'utilisation des contenus
- Archiver les contenus
- Gérer de grands volumes de données

- Editer des pages web
- Gérer des templates de pages web
- Gérer des blocs de contenus
- Editer des types de contenus
- Gérer le multilinguisme
- Faciliter la création de sites mobiles
- Gérer les droits sur les pages et contenus
- Organiser le cycle de vie d'un contenu
- Permettre la création de sites structurés
- Rendre publics certains contenus

- Coéditer un contenu (wiki)
- Coéditer un document
- Mettre en scène un espace projet
- Piloter un projet
- Créer des tâches et les affecter
- Gérer mes taches personnelles
- Gérer mails, agenda et contacts
- Organiser mes contenus personnels
- Accéder à mes documents en mobilité
- S'intégrer aux outils bureautiques

CC BY NC

REMERCIEMENTS

→ Les entreprises participant aux Benchmark

Albea
Suez
Solvay
La Poste
Casa
L'oréal
ONF
Icade
RATP (Seemy)
Michelin
RATP (Talkspirit)
Bouygues Immo
GDF
Simply Market
Louis Vuitton
Givaudan
JCDecaux
Lafarge
Allianz
ENRX
Air Liquide

→ Les éditeurs

Ametys
Atlassian
Bluekiwi
Calinda
Chatter
Clearvale
Confluence
Convo
Exo Platform
Google
Hoozin
Hum Hub
IBM
Inspheris
Jalios
Jamespot
Jive
Kayoo
Knowings
Knowledge Plaza
Liferay
Microsoft
Podio
SeeMy
Sitrion
talkSpirit
Whaller
XWiki
Yoolink
Zyncro

→ Les personnes interviewées

Adrinée Favé
Chief Digital Collaboration Officer, Technip

Eddie Abecassis
Chief Digital Officer, SwissLife

Christophe Cazard
Directeur média digital, Intranet Groupe, Accor.com & Réseaux sociaux

Patrick Hoffstatter
Directeur Digital Factory / Chief Digital Officer

Nathalie Andrieux
DGA en charge du numérique, La Poste

AUTEURS

Arnaud Rayrole
Directeur général de Lecko
@arayrole

Simon Legroux,
Directeur du Pôle Solutions
@simonlegroux

Guillaume Gouraud
Analyste
@GGouraud

Guillaume Guérin
Analyste

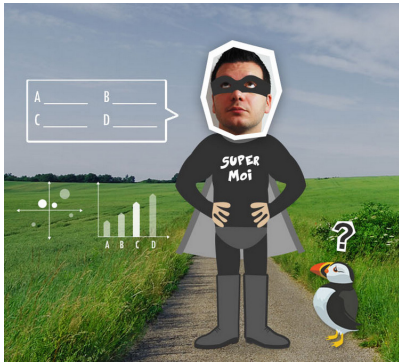
Noémie Jouan
Directrice artistique
@noemiejouan

AUJOURD'HUI, L'ÉQUIPEMENT PERMET À CHACUN DE RÉUSSIR SON PROJET

→ MICRO SOCIAL LEARNING

Vous allez aimer faire progresser vos collègues !

https://msl.lecko.fr/



→ SENA

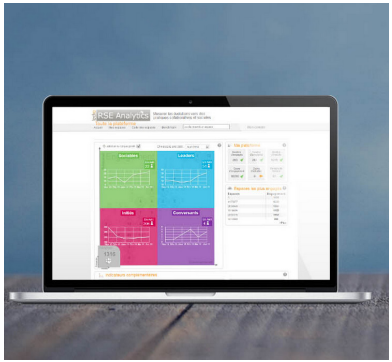
Capter l'attention et évaluer les pratiques avec un Serious Game

http://sena.lecko.fr/

→ LE REFERENTIEL

Assurer ses choix technologiques en s'appuyant sur une analyse du marché

http://referentiel.lecko.fr/



→ RSE ANALYTICS

Piloter l'évolution des pratiques sociales et collaboratives

http://rseanalytics.lecko.fr/

lecko