

INTRANET OU L'IMPORTANCE DE LA COMMUNICATION INTERNE



Carl-Frédéric De Celles

Président d'iXmedia, spécialisé dans l'accompagnement stratégique, la conception et la réalisation de présence Internet

cfd@ixmedia.com

Dans les organisations, la communication interne est souvent un facteur négligé ou sur le pilote automatique. L'émergence des outils de communication numériques a permis le développement de l'intranet, un outil de communication particulièrement efficace pour le grand public et par le fait même pour les membres d'une même organisation, comme une commission scolaire.

Traditionnellement la communication interne a pris diverses formes, du bulletin mensuel à l'affichage sur le babillard, à la discussion informelle autour de la machine à café. Le développement des intranets a suivi les mêmes pistes de communication et leurs formes sont très variées selon les organisations.

L'important est de bien comprendre les besoins exprimés par ces divers saveurs de communication interne :

- **L'aspect social**
(activités, intérêts, cohésion, appartenance, etc.)
- **L'aspect information institutionnelle**
(nouvelles, calendrier, références, etc.)
- **L'aspect collaboratif**
(discussion, développement de projets, etc.)
- **L'aspect transactionnel**
(dossier personnel, formulaire, etc.)

À la base, l'idée de l'intranet vise essentiellement à utiliser les technologies du Web dans un environnement à accès restreint. Comme dans tout projet Web, il faut éviter d'y voir un système trop gros ou trop coûteux et se concentrer sur les objectifs. Trop de sécurité ou des systèmes d'accès trop complexes décourageront l'utilisation au quotidien. Bien que privés, ils se doivent d'être des plus conviviaux.

On souhaitera idéalement faire de l'intranet la page d'accueil de tous les membres du personnel. On visera à le rendre intéressant et pertinent au-delà de l'outil, donc par ses contenus. La ligne éditoriale devra être pensée et établie en fonction du personnel, dans le ton comme dans la forme. Il faudra être stratégique pour obtenir l'adhésion des gens (la machine à café est populaire parce qu'on n'y parle pas seulement du travail, le babillard est populaire parce qu'on y partage les anniversaires, les photos de bébé et les petites annonces). À l'image de Facebook, l'intranet peut démontrer un « dynamisme » différent du site Internet, c'est ce qui en fera l'attrait.



L'intranet est un bel endroit pour une commission scolaire pour regrouper l'ensemble des documents, politiques et autres matériels de référence, à la manière d'un site Internet. C'est aussi l'endroit privilégié pour conserver les nouvelles, le calendrier et la mémoire de l'organisation (photos des activités de la commission scolaire, comptes rendus du conseil des commissaires, etc.). Un intranet devrait donc prévoir un système d'organisation documentaire simple, mais efficace.

Les intranets collaboratifs ou participatifs sont souvent une belle source de cohérence et d'adhésion à l'organisation. Ils représentent des tribunes d'information et de dialogue avec le personnel de la commission scolaire et sont largement inspirés de deux approches : la première visant à développer des contenus communs (à la Wikipédia), l'autre visant à établir des relations entre les membres de la communauté (une approche à la Facebook). De façon souvent étonnante, les intranets offrant la possibilité à plusieurs départements ou à plusieurs individus de partager de l'information de façon décentralisée sont très populaires. Il s'installe en effet une certaine « compétition » entre les contributeurs (qui aurait l'information la plus intéressante?) qui peut à terme garantir le succès de l'intranet. On en retrouve de plus en plus sous forme de blogues communautaires.

Les intranets transactionnels sont encore rarement utilisés à leur plein potentiel, bien qu'on leur attribue toutes sortes de tâches (de la saisie des notes à la réservation de salle, en passant par les requêtes administratives et la gestion des dossiers de ressources humaines). Comme ils demandent une grande intégration avec les « systèmes » internes de l'organisation, leur développement et leur convivialité nécessitent l'implication de chacun.

Étrangement, vous aurez remarqué les comparaisons fréquentes à Facebook. Car, il faut l'avouer, Facebook représente l'ultime intranet pour une organisation. Malgré toutes les calamités que l'on entend à son endroit, il est doté des caractéristiques essentielles d'un intranet : une interface conviviale et unifiée, des moyens simples et efficaces de partager des intérêts et de l'information, une approche sociale qui joue sur la curiosité et le goût des gens d'en connaître plus sur les autres. L'intranet idéal devrait reprendre ces caractéristiques dans un objectif rassembleur de développement institutionnel et de cohésion d'équipe.

L'intranet est un défi nouveau pour les organisations comme les commissions scolaires. Il représente à la fois un outil de communication, de dialogue, un outil de gestion et un outil d'éducation, ce qui en fait sa complexité et génère malheureusement de l'incompréhension chez les utilisateurs. Trop de gens pensent que l'intranet est le petit cousin du site Internet et qu'on devrait s'y attarder en second lieu, or c'est tout le contraire : l'intranet est un système d'information en soi, avec ses caractéristiques propres et ses défis uniques. Il est trop souvent négligé, considérant son impact stratégique dans les organisations en changement.

ET