

Blog Customer Matrix

Productivité des salariés : les 21 minutes qui font mal

Posté le 18 janvier 2012

21 minutes par jour. C'est le temps perdu par les salariés à chercher au quotidien des informations dont ils connaissent l'existence, mais qu'ils ne parviennent pas à retrouver. 21 minutes, qui coûtent à leur entreprise l'équivalent de 1 500 euros par an et par salarié, soit deux semaines complètes de travail en moyenne.

Certes, cette étude menée par Mindjet est anecdotique, certains comme IDC parlent même d'un coût annuel de 10 000 EUR. Mais elle met le doigt sur un nouveau fléau : au sein des entreprises, **on ne sait plus trouver l'information que l'on pense détenir.** Une impasse qui peut coûter bien plus que ce qui a été investi, voire même, tuer carrément un business. Mais les entreprises en ont-elle seulement conscience ?

Aujourd'hui, l'information est partout, et pourtant, les salariés n'ont jamais été aussi mal informés. Ce n'est un mystère pour personne : notre société se dématérialise et vit désormais au rythme de la lumière. L'information en est bel et bien la partie constituante, son ADN en constante croissance. Il s'agit là d'un progrès majeur qui a aussi des revers redoutables. Les téraoctets sont devenus une valeur de mesure plus que courante au sein des entreprises, y compris les PME ; et les pétaoctets ne font plus frémir personne lors des colloques d'experts. Simple, aujourd'hui, on s'aventure dans **l'ère du zettaoctet** (on parle d'une échelle de valeur qui explose de mille milliards de fois le Go). La preuve ? **Une étude récente d'IDC souligne que près de 2 Zo de données ont été créés en 2011.** De quoi remplir 57.5 milliards d'iPads.

Jusqu'ici, pour faire face à ce déluge de données, les entreprises ont investi. Elles ont payé cher, très cher même, pour stocker, sécuriser et pouvoir accéder à toute cette information, valeur palpable de leur business. Elles ont aussi investi dans de nombreuses applications, afin de répondre à leurs besoins métiers. Mais ces dernières ont aussi créé des silos d'information à travers toute leur organisation. La communication inter-département est bloquée et la circulation de l'information au sein de l'entreprise ressemble à celle de l'autoroute A7 un jour de ballet entre juilettistes et aoûtistes.

Au final, et malgré tout cet investissement, le constat est sans appel : l'entreprise ne sait pas faire, ou mal, l'inventaire de ce qu'elle a. Pour les Directions Générales, l'enjeu est énorme. A quoi bon investir des millions dans un business si l'information créée finit par disparaître ? Si l'on ne peut plus retrouver les données qui ont été mises dans le système, le système ne sert donc plus à rien !

Il devient de plus difficile de valoriser ses informations, si l'on ne sait pas les retrouver. Evident ? Pas si sûr. Car le plus surprenant est que peu d'entreprises ont conscience de ces pertes colossales. Je l'observe au quotidien : la plupart des salariés considèrent leurs données comme une conséquence normale de leur activité. Pas comme un levier efficace pour faire plus de business.

Pour les Directions générales, il est donc temps de réagir. Le DSI, quant à lui, joue sa place s'il ne peut offrir aux métiers les bons outils pour savoir chercher, mais surtout, savoir trouver l'information, en toutes circonstances. Certains diront qu'ils l'ont déjà fait. Classifier, organiser, oui, ils l'ont fait. Souvent avec des outils très coûteux. Mais ce n'est malheureusement plus suffisant. L'enjeu est d'autant plus important qu'aujourd'hui, les entreprises font face à des contraintes budgétaires de plus en plus fortes et doivent tenter le tout pour rationaliser leurs investissements.

Il existe aujourd'hui heureusement des solutions et installer un moteur de recherche adapté est l'une d'entre elles. Quelle entreprise peut affirmer qu'elle n'en a pas besoin ? Encore trop souvent vu comme une commodité, celui-ci peut insuffler une nouvelle dynamique de fluidité de circulation de l'information en entreprise, épargnant aux salariés une perte de temps considérable. Plus que jamais avec l'apparition de ce que l'on appelle les Big Data, ces technologies de gestion du patrimoine informationnel doivent être considérées comme des points d'entrée stratégiques sur l'ensemble des connaissances de l'entreprise, permettant à chacune de gagner en agilité, en réactivité, en efficacité et en productivité. De quoi s'armer au mieux face à la potentialité d'une nouvelle période de crise...