

Blog Customer Matrix

A la recherche du temps perdu : email vs RSE, la guerre est déclarée

Posté le 16 mai 2012 par Anaïs LERMA

Depuis 2008, les articles relatifs à la fin de l'email en entreprise se sont multipliés face à l'avènement annoncé de l'entreprise 2.0. Pourtant, quatre années plus tard, « *L'email supplante toujours les réseaux sociaux* » titre un article de ZDNet tenant ses sources d'une récente étude IPSOS.

L'année dernière, c'est le groupe Atos, tiré par son PDG Thierry Breton, qui s'est lancé dans une *guerilla* contre l'email en pariant sur sa suppression à l'horizon 2014, cause ou conséquence du rachat de la solution de réseaux social d'entreprise BlueKiwi. Une entreprise sans emails... internes, précise Thierry Breton.

La principale accusation portée contre l'email est la perte de temps qu'il occasionnerait au quotidien. Selon Thierry Breton, **un cadre passerait en effet entre cinq et vingt heures par semaine à lire, répondre et trier ses e-mails.**

Sans compter qu'il faut en moyenne 64 secondes pour se reconcentrer après réception d'un mail.

Plus que le temps perdu, l'entreprise apprenante remet en cause l'aspect collaboratif de l'outil.

Yves Caseau, dans son article « *éloge du courriel* », dénonce un défaut structurel de l'email : « **L'effet club** : on ne parle qu'à ceux que l'on connaît ! C'est une des faiblesses systémiques les plus profondes et qui justifie le passage à l'Entreprise 2.0, c'est-à-dire le passage à des outils qui permettent de communiquer vers des destinataires que nous ne connaissons pas. Cette faiblesse est partagée avec le téléphone, et c'est un problème crucial pour les grandes entreprises, à l'heure où il est vital d'utiliser 'le cerveau de tous'. »

De son côté, un RSE permet en plus de l'**instantanéité** de la diffusion d'un message, une **transparence** des différents collaborateurs et favorise la **sérendipité**, la faculté de pouvoir découvrir de nouvelles informations fortuitement.

L'email, pourtant, dispose d'un nombre important d'avantages qui expliquent qu'il demeure l'outil de communication privilégié en entreprise :

- Le premier d'entre eux est son mode de fonctionnement **asynchrone** (lorsque nous sommes débordés, trouver le temps pour se téléphoner ou se voir devient difficile.) Selon Yves Caseau, la communication écrite détient également trois avantages majeurs : forcer à réfléchir et à synthétiser ses idées, l'émetteur place un effort et facilite la prise de connaissance du récepteur avec l'information et elle est éminemment partageable et diffusable.

- L'email permet de classer, d'archiver et de rechercher les communications réalisées.

- L'email est un outil ouvert et interopérable : il permet un fonctionnement en « entreprise étendue », avec des partenaires, des fournisseurs, etc.

Le Gartner estime ainsi que 50% à 75% de l'information utile est échangée de collaborateur à collaborateur par email. Cette situation met ainsi l'accent sur l'enjeu de la valeur juridique de l'e-mail.

L'email, bouc émissaire de l'infodéluge ?

En 2010, les employés recevaient en moyenne 200 mails par jour incluant 18% de spams. Et comme il y a fort à parier qu'un quart de ces emails ne regardent pas directement plusieurs des destinataires et

qu'un autre quart ne soit pas du tout concerné, un usage intelligent de l'outil et un bon anti-spam pourrait déjà hautement réduire le temps dépensé sur sa messagerie.

De la co-existence à la confluence de l'email et du RSE

Plusieurs pistes de réflexions sur une entente cordiale et intelligente des deux outils :

- Intégration des e-mails dans le RSE

Plusieurs RSE proposent la fonctionnalité permettant de convertir un email en article sur le réseau social ou wiki de l'entreprise. Si l'émetteur ou le destinataire d'un mail trouve que leur interaction pourrait aider ou intéresser quelconque autres membres de l'entreprise, il peut, grâce à un plugin la mettre à disposition de chacun.

- Intégration d'un article du RSE dans un email

De la même manière, un collaborateur peut vouloir envoyer un article visible sur le RSE à une personne n'ayant pas accès à celui-ci, un outil peut lui permettre de lui envoyer. Cet outil a pour but de palier la fainéantise de certains collaborateurs qui se plaindraient de l'abandon de l'email et de sa fonctionnalité « Transférer ».

- Rechercher dans ses mails et dans le RSE via une unique barre de recherche

Un grand nombre de collaborateurs s'agacent de rechercher à la fois dans leur mail, le RSE et le réseau. Une barre de recherche unique permet de rechercher dans l'ensemble des répertoires de l'entreprise et dans les mails personnels de la personne effectuant la requête. Utile alors que Thierry Breton estime que ses managers passent en moyenne « **25% de leur temps à rechercher de l'information** ».

Quid des notifications : sans emails et seulement avec un RSE, comment se tenir informer des nouveautés publiés si un email récapitulatif ne peut plus être envoyé? La fonction « Push » de l'email n'est-elle pas un compromis intéressant entre un appel téléphonique intrusif et le RSE lorsqu'une urgence se profile?

Pas de RSE pour les fainéants, plus que l'outil, le management est décisif pour l'adoption de l'outil

La gestion et l'adoption des outils de la collaboration comme le **RSE nécessite un engagement de la part de la direction**. Plus qu'un changement d'un outil vers un autre, l'utilisation du RSE s'accompagne d'un virage dans la culture de l'entreprise avec une stratégie résolument tournée vers **la collaboration, la transversalité, le partage d'expériences, de pratiques et de savoir-faire...** Enfin pour, s'attirer les faveurs des collaborateurs, le RSE doit, a minima, avoir les mêmes points forts pour les utilisateurs que l'email, simplicité et standardisation.

De bonnes lectures sur ce sujet :

- [Une entreprise sans email ? Non mais...sérieusement ?](#) (Bloc Notes de Bertrand Duperrin – Février 2011)
- [The Fastest Way To Lose Your \\$3 Million-A-Year Job? Have A No Email Policy](#) (Business Insider – Décembre 2011)
- [Email and the Enterprise Social Network](#) (Blog Gartner – Janvier 2012)
- [L'email n'est pas mauvais que pour la productivité](#) (Bloc Notes de Bertrand Duperrin – Février 2012)