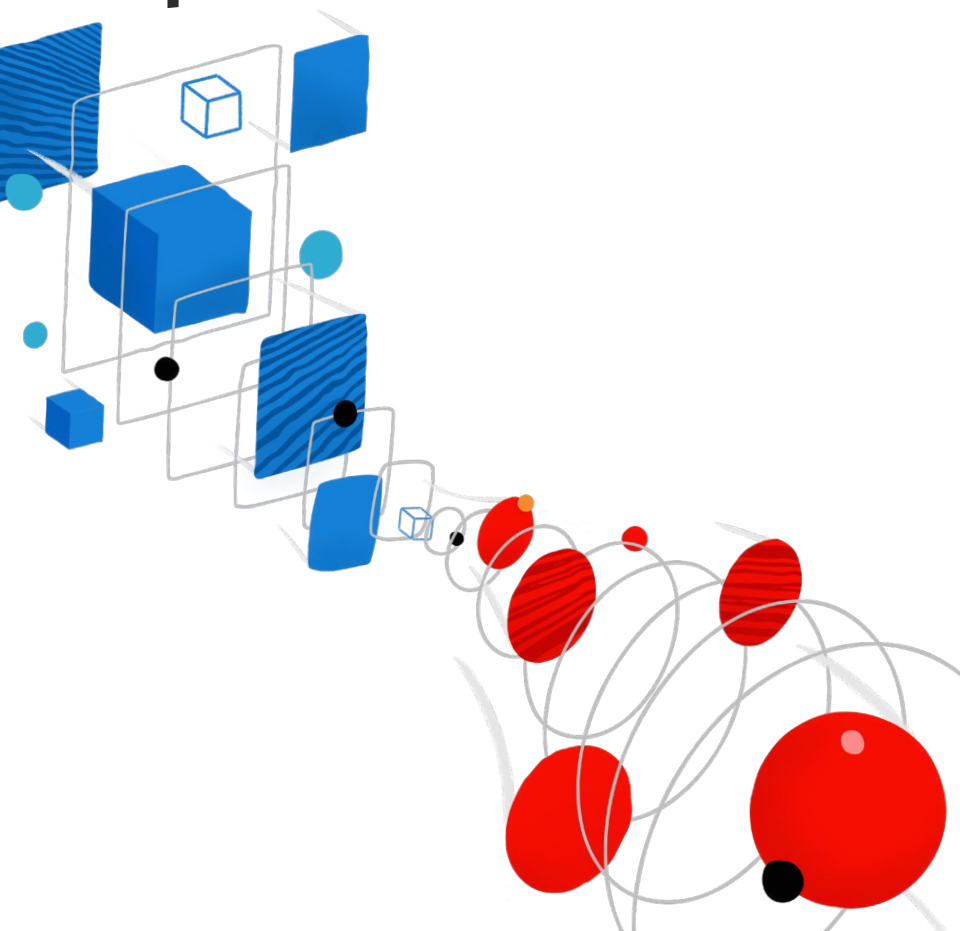




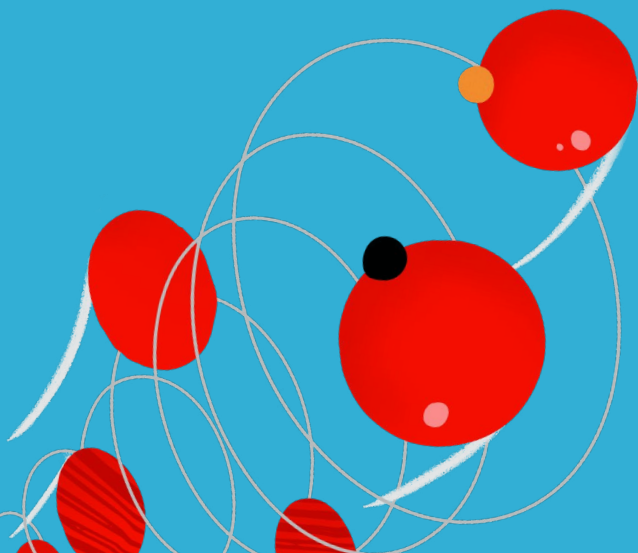
# Interagir avec les nouveaux effectifs digitaux : quelques pistes de réflexion.



# Réinventer la communication et les échanges avec les collaborateurs.

Alors que nombre de collaborateurs sont aujourd'hui en télétravail et que d'autres travaillent sur site, mais en maintenant la distanciation sociale, vous avez peut-être constaté un manque de dynamisme dans la communication digitale interne de votre entreprise. Le jour où ceux qui ont temporairement travaillé à distance réintégreront les locaux, le lieu de travail ne sera plus le même que le jour de leur départ. La distanciation physique et la collaboration virtuelle primeront, et la communication s'effectuera exclusivement via les canaux digitaux.

Cette nouvelle normalité vous a sans nul doute éclairé sur la capacité de votre intranet, autrement dit du portail dédié à vos collaborateurs, à soutenir vos effectifs durant cette période.



Vous avez pu juger si vous étiez ou non en mesure de créer et de diffuser régulièrement des informations, en collaborant exclusivement sur les canaux digitaux, et si vos salariés pouvaient y accéder en libre-service et en temps utile. Vous envisagez peut-être d'avoir recours à des solutions innovantes, telles que la signalétique digitale, pour véhiculer des messages importants. Vous avez pu apprécier si ces expériences étaient ou non en mesure de monter en capacité pour gérer de nouveaux pics de trafic digital sans subir de ralentissement, et si ce qui est disponible à distance bénéficie d'un accès sécurisé.

Si vous disposez d'un système de gestion de contenu (CMS) vieillissant, cloisonné ou sur site, vous estimez sans doute que l'expérience de vos collaborateurs laisse nettement à désirer. Vous êtes loin d'être le seul dans ce cas. D'après Gallup, 50 % des entreprises se disent déçues par les outils et plateformes dont elles se servent pour entrer en contact avec leurs collaborateurs à point nommé, efficacement et de manière mesurable.

Il se révèle difficile d'intégrer au CMS en place des applications et services de pointe, ce qui complique la diffusion de modèles en libre-service et d'outils de collaboration digitale. Cloisonné, il donne lieu à des duplications de contenu qui finissent par être onéreuses, non seulement en raison du travail de création redondant, mais aussi parce que la recherche d'informations prend plus de temps. Quant au CMS sur site, outre les coûts prohibitifs de montée en capacité qu'il engendre, il se révèle difficile à sécuriser pour les collaborateurs travaillant à distance.

Heureusement, la réorganisation de votre portail collaborateurs autour d'un CMS moderne ne vous aidera pas uniquement à répondre à leurs besoins durant la crise du COVID-19, mais aussi à satisfaire les impératifs de ceux qui poursuivront leur activité professionnelle en télétravail, même une fois levées les restrictions liées à l'état d'urgence sanitaire. Une récente étude réalisée par Gartner établit que 74 % des directeurs financiers ont l'intention de transférer hors site au moins 5 % des postes, même après la reprise du cours normal de leurs activités.



**50 %**

des entreprises se disent déçues par les outils et plateformes dont elles se servent pour entrer en contact avec leurs collaborateurs.

Source : Gallup

Ces quelques pistes de réflexion, qui s'appuient sur les expériences de grandes marques, présentes dans divers secteurs d'activité, exposent les caractéristiques élémentaires et évoluées d'un portail collaborateurs bien conçu. Vous découvrirez les outils permettant de créer et de déployer, à l'intention de vos collaborateurs, des expériences améliorant considérablement la mobilisation et le retour sur investissement.



**Les entreprises qui investissent dans l'expérience des collaborateurs se démarquent des autres.**

**2,8 x**

plus de chiffre d'affaires  
par salarié

**4,2 x**

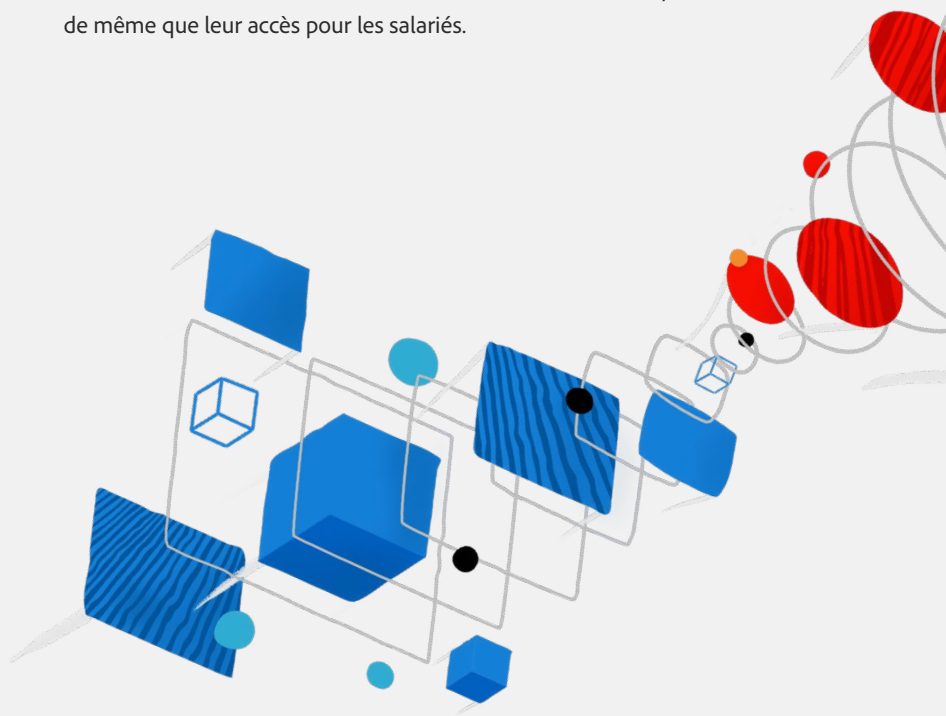
rentabilité supérieure



Source : Harvard Business Review

# Les pièces maîtresses d'un portail moderne dédié aux collaborateurs.

Les marques de premier plan l'ont constaté : quelques capacités et caractéristiques se révèlent essentielles à la mise en place de portails collaborateurs d'exception. Ces éléments simplifient considérablement, pour les professionnels des ressources humaines, de la communication et de l'IT, la création et la diffusion d'informations actualisées pertinentes, de même que leur accès pour les salariés.



# Gestion centralisée du contenu

En centralisant la totalité des contenus (protocoles de sécurité et chartes de télétravail), ressources (images et vidéos) et éléments d'expériences (modèles et composants) de l'entreprise, vous avez la certitude que les équipes réutilisent ce qui existe déjà au lieu de créer des doublons.

Du fait de cette mise en commun, tous les éléments de contenu présenteront par ailleurs une mise en page, un système de navigation et un style identiques, qu'il s'agisse d'une newsletter, d'une nouvelle page web ou de toute autre expérience. Cette cohérence facilite l'analyse et l'assimilation des informations par les collaborateurs et renforce également leur confiance dans l'entreprise, tout comme elle renforce celle des consommateurs à l'égard des marques.

Chez Lufthansa, deuxième compagnie aérienne en Europe, la réutilisation du contenu est très importante, non seulement en raison des coûts ainsi économisés, mais aussi parce que les équipes sont en mesure de communiquer des informations actualisées à plus de 138 000 collaborateurs via différents canaux en quelques minutes. Le contenu diffusé sur son portail peut aussi être consulté facilement sur l'application d'actualité des collaborateurs, ainsi que sur les panneaux d'affichage digitaux installés dans les bureaux Lufthansa aux quatre coins du monde.

**37%**

des professionnels de la communication estiment que les cloisonnements internes représentent la première des difficultés rencontrées pour communiquer avec les salariés.

Source : Gallup

Progressivement, et en raison peut-être d'une structure organisationnelle fragmentée ou de contraintes technologiques, certaines entreprises ont mis en œuvre plusieurs CMS au service de leur portail collaborateurs, faisant ainsi s'envoler les coûts IT induits par l'achat des licences correspondantes, l'expertise requise et l'assistance. En réunissant quatre CMS en un, une grande chaîne de supermarchés a réduit de 41% ses coûts en glissement annuel. Aujourd'hui, elle ne s'acquitte plus de coûts de licence distincts à plusieurs éditeurs, et n'a plus à payer pour les ressources nécessaires à la création et au partage de composants sur de multiples plateformes.

# Fonctionnalités accélérées de création de contenu

En temps de crise, il est essentiel d'informer les collaborateurs. D'autant que, souvent, les informations communiquées évoluent très vite. Les expériences web codées en dur imposent aux créateurs de contenu d'enregistrer une demande d'assistance IT pour procéder à des mises à jour, même pour de simples corrections. Or, les ressources de développement étant rares et chères, une telle dépendance risque de provoquer des goulets d'étranglement. Le fait de doter les équipes non techniques d'outils de type glisser-déposer pour créer de nouvelles pages web ou rectifier un contenu ou une mise en page peut véritablement changer la donne. Cette initiative garantit à vos collaborateurs un accès systématique aux toutes dernières informations ou actualisations, et renforce globalement leurs interactions avec le portail.

D'envergure mondiale, le portail collaborateurs d'Adobe permet à plus de 40 créateurs, toutes divisions et tous services confondus, de publier du contenu dans ses 60 rubriques. Capables d'élaborer et d'actualiser leurs propres pages d'information en quelques minutes, ces professionnels tiennent ainsi les collaborateurs informés en permanence.

“

En donnant aux équipes les moyens de s'approprier leur contenu, nous faisons en sorte d'actualiser *Inside Adobe* en y intégrant au plus tôt les changements apportés à nos prestations ou l'actualité de nos produits.

**Jenn Hathaway**

Directrice senior en charge des communications digitales chez Adobe



# Gouvernance du contenu

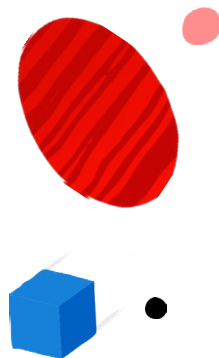
La précision des résultats de recherche, déterminante pour offrir aux salariés une excellente expérience sur le portail collaborateurs, requiert une solide gouvernance du contenu. Le balisage précis de pages entières et de ressources individuelles améliore les résultats de recherche et ainsi l'utilisation de ces recherches et la satisfaction des collaborateurs.

Avant que Citrix, éditeur de logiciels de renom, ne remanie son portail collaborateurs, la fonction de recherche posait problème à ses salariés. La saisie de mots-clés renvoyait à des millions de résultats, sans aucune indication permettant d'isoler les plus exacts, ou les plus récents. Son nouveau portail comprend des métadonnées et outils de balisage permettant d'affiner les recherches pour que seuls les résultats les plus pertinents remontent. En améliorant cette fonctionnalité de recherche, Citrix a intensifié de 200 % son utilisation en glissement annuel.



En l'absence de gouvernance, les intranets prennent des airs de « Far West » : tout y est permis. Malheureusement, la confiance dans le contenu qui en résulte est nulle.

Source : Gartner



## Outils de personnalisation hors pair

Chacun attend à présent des expériences personnalisées et ce, dans toutes les situations : achat d'une paire de chaussures, échange avec son médecin traitant, acquisition d'un bien immobilier ou accès au portail collaborateurs de son entreprise. La personnalisation de ces portails peut s'opérer de plusieurs manières, en fonction par exemple de la division à laquelle est rattaché le salarié, de sa situation géographique, de sa langue, etc.



Les créateurs au service du portail collaborateurs d'Adobe peuvent aisément personnaliser les communications puisque le contenu résidant sur cet intranet est balisé en fonction du type de format, du service, de la situation géographique et des fonctions exercées par le salarié. Lorsque les collaborateurs s'y connectent, le calendrier qui s'affiche leur communique d'emblée les prochains événements à proximité et les liens concernant le service dont ils relèvent figurent en tête de liste des ressources proposées.

“ [Nous sommes capables] de gérer des contenus destinés à plus d'une cinquantaine de bureaux sur un site, tout en continuant à personnaliser les expériences afin que chaque collaborateur ait accès à des informations ciblées et pertinentes.

**Jenn Hathaway,**

Directrice senior en charge des communications digitales chez Adobe



Tout comme la personnalisation des expériences client renforce les liens tissés entre le consommateur et la marque, la personnalisation des expériences collaborateur renforce ceux qui unissent le salarié à l'entreprise. Or, ne pas créer ces liens risque d'être préjudiciable à votre entreprise. D'après Gallup, la démobilisation des collaborateurs coûte chaque année aux entreprises 500 milliards de dollars en termes de productivité. En revanche, McKinsey précise que celles qui impliquent davantage leurs collaborateurs parviennent à améliorer de 25 % leur productivité.

Consciente de ces avantages, une grande chaîne de supermarchés a créé un intranet ménageant à ses salariés un accès à du contenu leur permettant de se sentir soutenus, informés et armés pour faire leur travail, et ce, sur site comme en dehors. Du fait de la taille et du périmètre de ses activités, elle fait appel à un large éventail de professionnels : gérants, experts, responsables marketing ou encore réparateurs. À l'ouverture d'une session, son portail est capable d'identifier chaque employé d'après ses fonctions et de lui réserver des expériences adaptées à la spécificité de ses besoins.

“

Notre équipe a consacré énormément de temps à dialoguer avec les uns et les autres afin de cerner la nature exacte des fonctions et des tâches de chacun au quotidien. C'est ce qui a servi de point de départ à tout ce que nous avons construit.

**Directeur de la stratégie digitale**


Grande chaîne de supermarchés

## Intégrations agiles

Au fur et à mesure que les informations relatives à la COVID-19 évoluent, il est essentiel de tenir les collaborateurs informés. Pour autant, d'après Gallup, 74 % des salariés ont d'ores et déjà l'impression de passer à côté de certaines des informations communiquées par leur entreprise. Un portail collaborateurs efficace fait office de plateforme d'information qui fait remonter au salarié, sous une forme simplifiée, des contenus et données pertinents stockés sur plusieurs systèmes. Il s'agit, en principe, de la première application à laquelle les collaborateurs accèdent, chaque matin, pour y retrouver des rappels, tâches importantes, évènements à proximité, etc.

Pour que cette fonctionnalité soit efficace, encore faut-il que votre portail collaborateurs soit intégré à des applications et services cloud modernes tels que Microsoft 365, Workday, Okta ou autres. C'est rarement le cas des portails en place, à l'architecture vieillissante. La technologie à retenir à l'appui de votre portail collaborateurs doit donc être adossée à une architecture souple, à base d'API, favorisant les intégrations agiles. Des connecteurs prêts à l'emploi exploitables avec les applications et services les plus courants contribuent à écourter encore les délais de rentabilisation.

Citrix a configuré son portail collaborateurs de sorte qu'il s'intègre à SAP et Microsoft Active Directory. Forts des informations utilisées pour créer des groupes d'utilisateurs et des métadonnées de contenu, les administrateurs peuvent aisément cibler ou restreindre la diffusion du contenu, en fonction des besoins du salarié. Les nouvelles recrues se connectant pour la première fois, par exemple, auront accès à un message d'accueil et à des supports d'intégration tandis qu'un « ancien » recevra une notification pour un webinaire de formation en interne.



Un intranet moderne doit se distinguer par la souplesse et l'agilité de sa plateforme, de celles capables de déployer non seulement les expériences, le contenu, les informations, les applications et les services d'aujourd'hui, mais aussi les innovations de demain.



**Gene Phifer**

Analyste chez Gartner

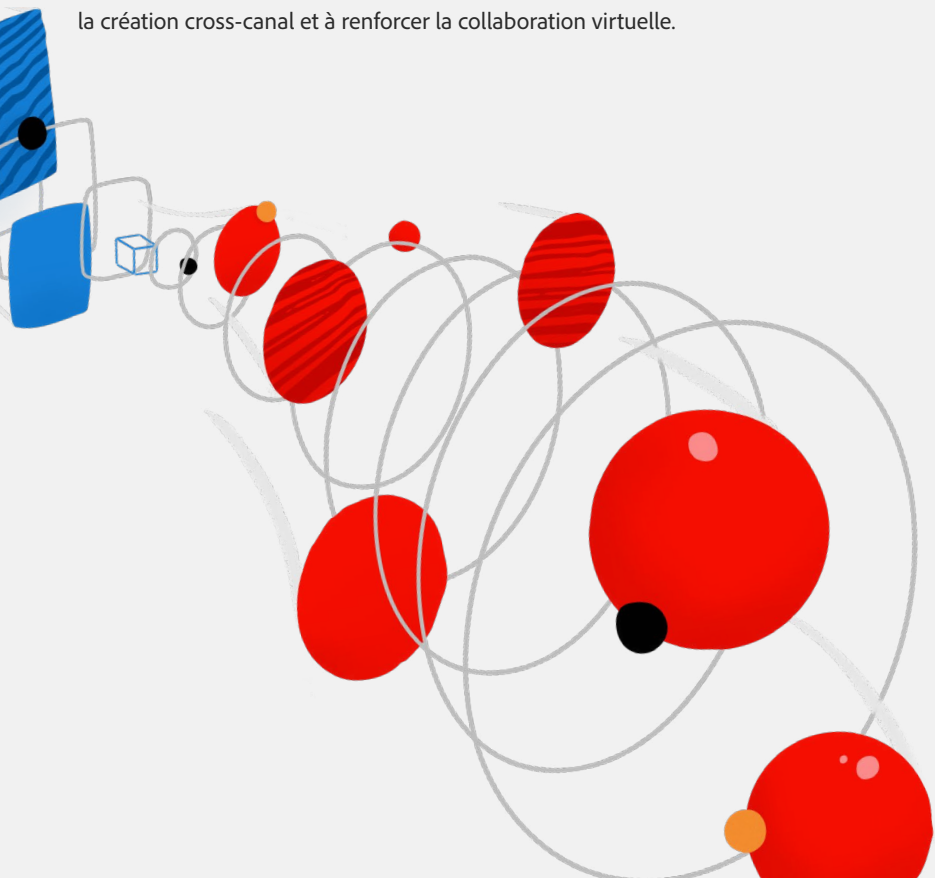
## Socle cloud

La COVID-19 a mis à l'épreuve la capacité des entreprises à assurer la montée en capacité de leur portail collaborateurs pour faire face à la brusque augmentation du trafic digital. Pour celles dotées de portails dans le cloud, l'opération a été plus rentable que pour celles équipées de solutions sur site.

Pour autant, le prestataire cloud que vous avez choisi pour héberger votre portail collaborateurs doit vous proposer bien davantage qu'une montée en capacité pour répondre aux besoins. Il doit aussi faire valoir ses fonctionnalités de sécurité via les certifications obtenues et les plans de reprise mis en place. À défaut, votre portail collaborateurs sera plus vulnérable. Si un prestataire cloud est bien en peine de vous présenter ses fonctionnalités de sécurité clés ou se défausse de ses responsabilités sur vous, il risque alors de vous exposer à d'onéreux piratages ou pannes informatiques.

# Donner une nouvelle dimension à votre portail collaborateurs.

Une fois que l'essentiel y est, ces quelques fonctionnalités évoluées vous aideront à booster la transformation de votre portail collaborateurs. Elles contribueront à accélérer la gouvernance du contenu, à améliorer la création cross-canal et à renforcer la collaboration virtuelle.



# Intelligence artificielle et machine learning

Balisateur et redimensionnement des assets, reformulation de texte... Aujourd'hui, tout peut être effectué automatiquement et à grande échelle, grâce à l'IA.

L'automatisation des tâches manuelles, jusque là ingrates, peut considérablement accélérer les workflows de création de contenu cross-canal.

Supposons que vous vouliez reformater un long article extrait d'un site web pour le restituer, au plus vite, sur un panneau d'affichage digital. Avec l'aide d'outils de résumé automatique, vous pouvez disposer d'une version abrégée de cet article en conservant le message principal. L'IA peut aussi servir à transformer des formulaires statiques en formulaires dynamiques qui s'adaptent aux réponses des utilisateurs et permettent d'assurer un suivi très précis. Cela permet d'évaluer les points d'abandon et d'optimiser le renseignement des formulaires pour accroître leur taux de remplissage. Vous devez peut-être charger une centaine de nouvelles images et n'avez pas le temps de leur associer des mots clés distincts. L'IA et le machine learning peuvent « appréhender » le contenu de l'image et créer des balises descriptives précises.

Afin que les contributions de plus de 2 000 créateurs demeurent structurées et aisément accessibles, le portail collaborateurs de la chaîne de supermarchés précédemment citée met à profit l'IA pour baliser son contenu et ses assets. Voilà qui complète, sans les remplacer, les métadonnées générées par l'homme, et constitue tout à la fois un garde-fou contre d'éventuelles erreurs manuelles. La chaîne concernée prévoit également de faire appel à l'IA pour intégrer une taxonomie personnalisée à ses documents et améliorer encore la pertinence des recherches.

## Contenu indépendant de tout canal pour le web, les e-mails ou la signalétique digitale

Pour garantir à vos collaborateurs des conditions de travail sûres durant l'épidémie de COVID-19, vous devrez communiquer avec agilité des directives contextualisées, adaptées à leur situation géographique, en préservant la cohérence des messages adressés à vos salariés, sur site et en télétravail, par e-mail, sur des panneaux d'affichage digitaux et sur l'intranet.

En optant pour un contenu indépendant de tout canal et un modèle de diffusion headless, vous pouvez publier en un clin d'œil le contenu de votre site web sur d'autres canaux. Il vous est possible, par exemple, d'insérer un texte sur une page web, puis de l'envoyer par e-mail ou de le publier sur un panneau d'affichage digital, sans avoir à créer d'autre contenu. Et si vous modifiez votre page web, vos modifications seront automatiquement répercutées partout où apparaît ce contenu.

Grâce à ces fonctionnalités, l'intranet Adobe permet d'afficher du contenu sur 150 écrans et 35 sites Adobe différents. Voilà qui permet de faire le lien entre les canaux en ligne et hors ligne et de susciter plus d'attention pour le contenu. Ce dernier point est important dès lors qu'il s'agit de communiquer des messages et directives clés dans le domaine de la sécurité.



Nous amenons le contenu devant nos collaborateurs, dans les couloirs, les salles de pause, à la cafétéria et dans les espaces de travail.



**Ray Brulotte**

Responsable produit, *Inside Adobe*

## Formulaires optimisés

En assortissant de fonctionnalités évoluées les formulaires digitaux accessibles sur votre portail collaborateurs, vous facilitez leur manipulation, de leur création à leur renseignement. L'élaboration de formulaires à partir de fragments de contenu permet de répercuter partout une modification effectuée une fois. Si un règlement impose, par exemple, à votre entreprise de prévoir une ligne supplémentaire dans un champ Adresse, au lieu d'avoir à réaliser cette modification sur plusieurs milliers de formulaires, vous modifiez un seul fragment d'adresse et les autres occurrences s'y conforment automatiquement.

Le balisage de métadonnées et l'intégration d'une taxonomie contribuent également à affiner les résultats de recherche, de sorte que vos salariés puissent retrouver très rapidement le formulaire requis. L'activation du remplissage automatique renseigne les formulaires avec des données connues (nom, numéro

de téléphone et adresse), épargnant ainsi quelques étapes supplémentaires aux salariés. Enfin, l'ajout de signatures électroniques juridiquement recevables permet aux collaborateurs et aux approbateurs de signer numériquement des documents sur tout type d'appareil.

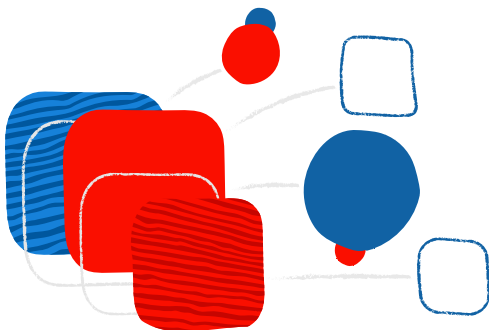
## Gestion centralisée des assets digitaux

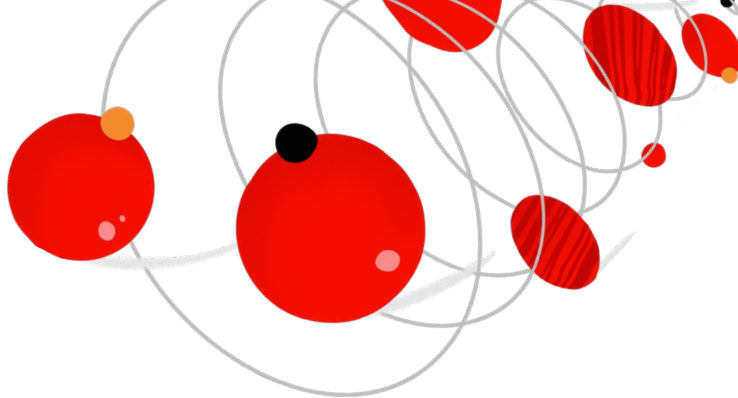
Les grandes entreprises et leurs équipes internationales peuvent malencontreusement finir par créer des ressources de marque cloisonnées (images, vidéos, mais aussi documents). Leurs actions redondantes, de l'idéation à l'asset finalisé en passant par sa création, risquent de porter gravement préjudice à la productivité.

La centralisation de la gestion des assets permet de supprimer ces cloisonnements et, surtout, de renforcer la collaboration virtuelle aujourd'hui devenue la règle. À tous les niveaux en interne, les équipes créatives peuvent rechercher les éléments à leur disposition avant de créer de nouvelles ressources, et réduire ainsi les contenus en double. Et, avec une technologie centralisée, les différents intervenants (créatifs, designers et auteurs de contenu) sont à même de collaborer via des workflows digitaux et d'accélérer la création d'assets.

“ En centralisant la gestion de ses assets, une grande chaîne de supermarchés a considérablement amélioré ses workflows collaboratifs et a triplé sa capacité de production de ressources en seulement un trimestre.

Source : Témoignage client Adobe





# Soutenez vos collaborateurs avec un portail mieux adapté.

Pour l'instant, le travail à distance, sur site ou en dehors, est une réalité. Raison pour laquelle votre portail collaborateurs représente un lien essentiel. Si les salariés de votre entreprise n'ont pas accès aux informations qui leur sont nécessaires, où et quand ils le souhaitent, le moment est venu d'envisager un CMS qui vous aidera à créer un intranet capable de répondre à vos impératifs actuels et futurs.

Solution de référence en gestion de contenu, Adobe Experience Manager offre des outils prêts à l'emploi dont la souplesse, adaptée aux exigences de l'entreprise, se prête au déploiement accéléré d'expériences personnalisées destinées à vos collaborateurs, tous canaux confondus. Elle met à profit l'intelligence artificielle et le machine learning, optimisés par Adobe Sensei, pour booster vos workflows de contenu. Elle offre également un socle cloud évolutif et sécurisé dont l'architecture, pensée pour une mise en œuvre rapide, accélère la rentabilisation.

[En savoir plus](#)



# Sources

« [\*Adobe Delivers Award-Winning Employee Experience\*](#) », témoignage client Adobe, 2019.

« [\*Citrix, Connecting and Engaging Employees and Customers\*](#) », témoignage client Adobe, 2015.

« [\*Employee Experiences: How Lufthansa is Engaging Their Global Workforce via Employee Portal\*](#) », Adobe Summit, 2017.

Gene Phifer, « [\*Traditional Intranets are Dead: Modern Intranets are Alive and Well: Part One\*](#) », Gartner, 29 novembre 2019.

Jacob Morgan, « [\*Why the Millions We Spend on Employee Engagement Buy Us So Little\*](#) », Harvard Business Review, 10 mars 2017.

Joseph F. Kovar, « [\*Gartner CFO Survey Reveals 74% Intend to Shift Some Employees to Remote Work Permanently\*](#) », Gartner, 13 avril 2020.

Michael Chui, James Manyika, Jacques Bughin, Richard Dobbs, Charles Roxburgh, Hugo Sarrazin, Geoffrey Sands et Magdalena Westergren, « [\*The Social Economy: Unlocking Value and Productivity Through Social Technologies\*](#) », McKinsey, juillet 2012.

« [\*Walmart Built One of the World's Largest Intranets. When COVID-19 Hit, It Became One of Its Most Important Assets\*](#) », Adobe, 2020.



Copyright © 2020 Adobe. All rights reserved.  
Adobe and the Adobe logo are either  
registered trademarks or trademarks of Adobe  
in the United States and/or other countries.