LIVRE BLANC



LES NOUVEAUX DÉFIS DU KNOWLEDGE MANAGEMENT

Comment bâtir une stratégie de Knowledge Management efficace à l'heure de la Digital Workplace et du Travail Hybride ?

Ce Livre Blanc vous est proposé par Jalios
Plus d'informations sur www.jalios.com

Sommaire

Édito Page 3

01 La gestion des connaissances, facteur d'adoption de la Digital Workplace Page 5

- Les 3 enjeux du Knowledge Management
- Une réponse globale à un besoin isolé

Cas Client : SFR Business Optimise le travail de ses équipes commerciales grâce à sa plateforme Link'co Page 7

02 Gestion des connaissances : Repenser le système de gestion de l'information Page 11

- Optimiser le système de gestion de l'information
- Vers une construction collaborative
- De la communication à la gestion des connaissances

03 La gestion des connaissances, levier d'engagement des collaborateurs Page 14

- Onboarding - un processus à ne pas manquer
- Parcours fléché pour le nouvel arrivant
- Des connaissances au service du parcours pro
- La Digital Workplace au service de la gestion de crise
- Quand la connaissance naît des conversations
- Fédérer et soutenir les collaborateurs mobiles

Cas Client : MGEN mise sur le KM pour offrir à ses adhérents des réponses harmonisées Page 18

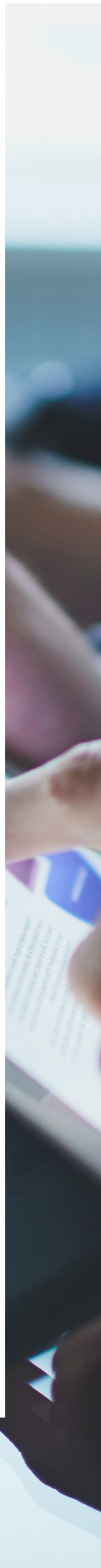
04 La formation, alliée et bras armé du Knowledge Management Page 22

- La Digital Workplace favorise le rapprochement du Knowledge management et du E-learning
- Le E-Learning intégré à la DW : une réponse unifiée
- Les clés de la réussite

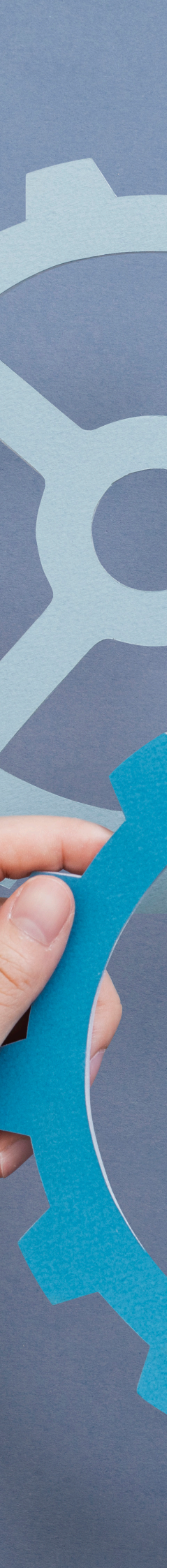
05 4 moyens de maintenir la collaboration à l'heure du travail hybride Page 26

06 Knowledge Management et communautés de pratique Page 30

07 Gestion des connaissances : Les 5 commandements d'un projet de déploiement réussi Page 33







Édito



Vincent BOUTHORS
Président Directeur Général Jalios

Au moment où bon nombre d'organisations ont du mal à recruter et à trouver les compétences qu'elles recherchent, la question de la gestion et de la capitalisation des connaissances devient prégnante. **Mais comment capter ces connaissances ?** Qu'il s'agisse d'entretiens, de vidéos, de notes ou de textes, quelle que soit la forme, cette collecte est essentielle pour passer, à terme, de la connaissance à la compétence.

Si la crise sanitaire a eu un effet positif, c'est notamment d'avoir développé la culture du partage de l'information et du collaboratif, que les gré des départs en retraite et des changements radicaux de carrière, certaines expertises et les connaissances qui s'y rattachent sont en voie de disparition.

L'expertise étant de plus en plus complexe et de plus en plus rare, les organisations ont tout intérêt à mettre en place des dispositifs pour collecter ces connaissances, les structurer et les partager. C'est, pour elles, une forme de résilience Or, pour que cette opération soit couronnée de succès, les organisations doivent impérativement intégrer cette gestion des connaissances dans leurs pratiques quotidiennes, et non plus, la considérer comme une brique isolée, une discipline à part. Heureusement, **grâce au collaboratif et à la Digital Workplace, cette intégration est désormais possible et largement facilitée.** A plus forte raison, avec la digitalisation de nos échanges qui permet à toutes les connaissances d'être plus aisément captées, organisées et diffusées. D'autant qu'il y a un vrai ROI derrière. Combien d'organisations perdent encore un temps précieux à réinventer des éléments qui existent déjà ?

Voilà pourquoi il est urgent d'intégrer la gestion des connaissances dans la Digital Workplace et de les mettre en avant au sein de parcours digitaux au service des collaborateurs ou des métiers (intégration RH, formation, conduite de projets, etc.). Sans oublier de les faire vivre en favorisant la collaboration et la contribution.

Car une base de connaissances ne doit jamais être figée.

Vincent BOUTHORS, PDG de Jalios.



01 La gestion des connaissances, facteur d'adoption de la Digital Workplace



La gestion des connaissances, facteur d'adoption de la Digital Workplace

Au lieu d'utiliser la Gestion Electronique des Documents et la Digital Workplace pour du stockage brut et du simple partage d'information, n'est-il pas temps de capitaliser cette information, de la structurer et de la pérenniser pour qu'elle prenne et conserve dans le temps toute sa valeur ? Tel est l'enjeu du Knowledge Management qui constitue aujourd'hui pour bon nombre d'organisations un des leviers d'adoption d'une Digital Workplace.

Que ce soit pour compiler des publications et des contenus sur une thématique donnée et les mettre à la disposition d'une communauté ; pour accompagner l'intégration des nouveaux collaborateurs et faciliter la transmission de certains savoir-faire ; compiler les données et ressources issues d'une veille sectorielle ou stratégique et les fournir à des experts métiers en vue de prises de décision ; ou encore sauvegarder, organiser et préserver le patrimoine informationnel ou culturel d'une entreprise, le knowledge management répond à de multiples besoins. Il est avant tout censé faciliter l'accès aux connaissances. Mais comment impliquer l'ensemble des collaborateurs d'une organisation afin d'agréger leurs savoirs, leurs expériences et créer de la valeur sur le long terme ? Sans méthode, sans organisation et sans technologie, la mission s'annonce impossible.

1 Les 3 enjeux du Knowledge Management

Aujourd'hui, bon nombre d'organisations envisagent le déploiement d'une solution collaborative pour répondre à des besoins de gestion des connaissances. Il s'agit là, en effet, pour les organisations, du privé comme du public, d'un véritable levier de productivité et de ROI. Car en matière de gestion de connaissances et des savoirs, les organisations sont confrontées à 3 grands enjeux :

1. Un enjeu de connaissances. Il est dès lors question pour elles de capitaliser l'information, de pouvoir la structurer, la contextualiser, l'utiliser, voire la ré-exploiter et en faire un actif majeur. Un gisement dont elle pourra tirer de la valeur. Il est aussi question de développer l'attractivité de l'organisation pour accueillir de nouveaux talents, mais aussi de fidéliser des collaborateurs qui sont de plus en plus mobiles et volatiles.
2. Un enjeu d'efficience. Grâce au Knowledge Management, les organisations veulent améliorer la gestion opérationnelle des projets et l'efficacité de leurs processus de fonctionnement en interne.
3. Un enjeu de transversalité. Depuis la pandémie, les besoins de communication et de collaboration se sont développés et il n'est plus possible de cloisonner l'information et le fonctionnement des différents services. Tous

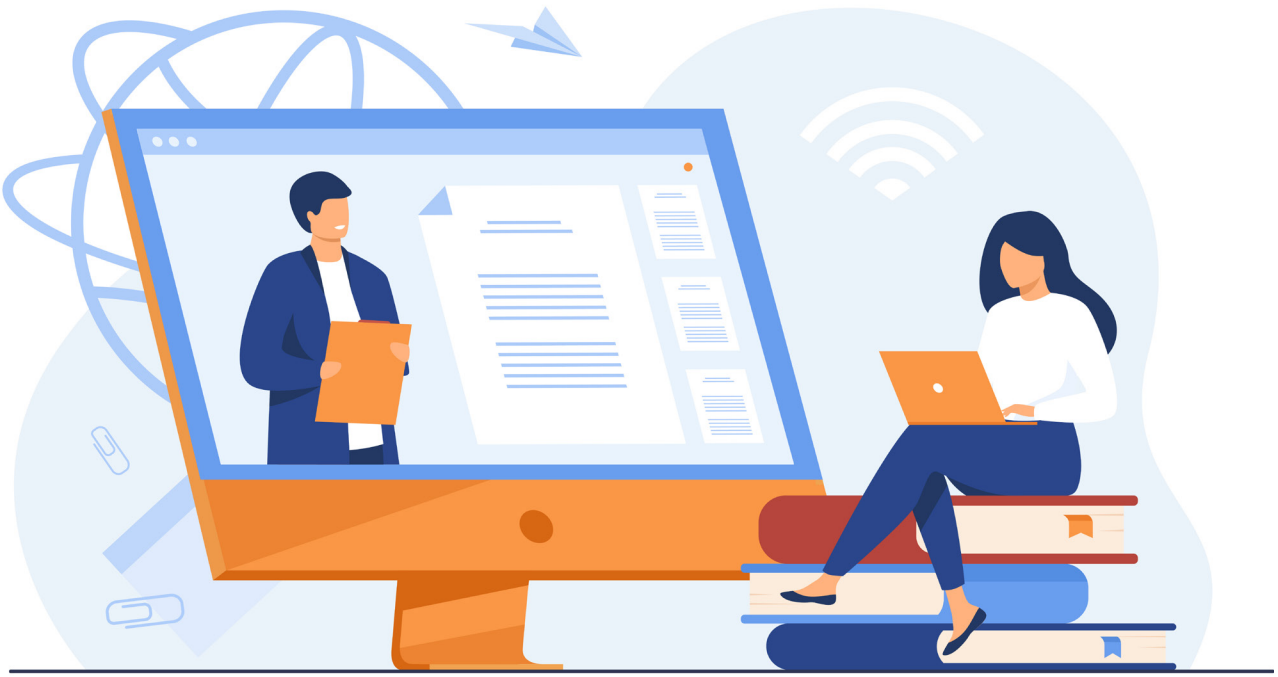
doivent pouvoir s'appuyer sur une base de connaissances au sein de laquelle ils pourront trouver l'information dont ils ont besoin, mais aussi la commenter, la mettre à jour et la partager afin de toujours disposer d'une information fiable et cohérente.

Précisons que ces enjeux doivent être portés haut et fort par le top management et la DRH qui doivent être les principaux moteurs de cette culture de la gestion des connaissances.

2 Une réponse globale à un besoin de connaissances au départ isolé

Les entreprises disposent aujourd'hui d'un patrimoine informationnel foisonnant dont l'accès doit être absolument structuré. La question de la gestion des connaissances est encore trop souvent abordée dans l'urgence au service d'un métier, alors qu'il s'agit d'abord d'une question globale qui peut profiter à toute l'organisation. SFR Business, par exemple, a d'abord créé une base de connaissances utilisée par ses commerciaux B2B pour accéder aux catalogues produits, aux argumentaires commerciaux, etc., avant de faire évoluer cette base vers d'autres métiers. La Redoute, pour sa part, avait besoin à l'origine d'une plateforme pour améliorer sa relation client et rationaliser l'accès à l'information. Le projet a donc démarré sur une frange de l'activité de l'entreprise, puis l'usage s'est rapidement étendu à d'autres, jusqu'à la création d'un espace réservé même aux fournisseurs afin qu'ils aient accès aux conditions de contractualisation (entre autres).

In fine, quel que soit l'angle et quel que soit le besoin, la constitution d'une base de connaissances est une opération bénéfique pour l'organisation. Cela permet d'élargir le périmètre fonctionnel de la Digital Workplace, de mieux diffuser la culture numérique de l'organisation, de capitaliser l'information dans le temps et de faire remonter les informations à tous les étages de la structure.





Retour d'expérience : SFR Business optimise le travail de ses équipes commerciales

SFR Business optimise le travail et la formation de ses équipes commerciales grâce à sa plateforme Link'co et Link'& Learn

Ayant déjà digitalisé plusieurs de ses services, SFR Business s'est lancée il y a 5 ans dans la refonte de sa base documentaire commerciale, entre autres pour faciliter le partage de connaissances et la collaboration entre équipes marketing et commerciales. Grâce à Jalios, l'entreprise a ainsi lancé, début 2017, une toute nouvelle plateforme documentaire et collaborative : Link'co qu'elle a ensuite enrichie pour couvrir la formation en ligne.

Comptant pas moins de 140 000 clients et 3 150 collaborateurs, SFR Business développe des solutions télécoms et des services TIC (Technologies de l'information et de la communication) à l'attention des entreprises de tous les secteurs. Ses offres commerciales se distinguent ainsi par leur richesse et leur complexité. Problème : ces dernières étaient centralisées au sein d'une plateforme documentaire vieillissante, stockant plus de 4 000 supports différents. Dès lors, difficile pour les 2 000 commerciaux SFR Business de s'y retrouver.

C'est pourquoi SFR Business a lancé une étude de marché et un appel d'offre il y a plus de 5 ans afin de remplacer l'existant par une plateforme unifiée répondant davantage à ses besoins : faciliter le quotidien des commerciaux et la collaboration entre ces derniers et l'équipe marketing, partager la connaissance et favoriser l'accès aux différentes ressources (kits commerciaux notamment).

Une solution simple à utiliser et rapide à déployer

Afin de mener à bien ce projet, SFR Business s'est tournée vers la solution JPlatform de Jalios, intégrée par son partenaire ASI. Cet outil répondait en effet à tous les besoins de l'entreprise, et offrait en particulier une simplicité d'utilisation et de mise en place largement appréciée.

Seulement 6 mois ont été nécessaires à la livraison de cette nouvelle base documentaire collaborative, baptisée Link'co. Durant ce laps de temps, une migration de la plateforme existante a également été effectuée, permettant un lancement début 2017. Aujourd'hui, plus de 5 000 documents et 80 offres au catalogue, regroupées en 3 thématiques, sont centralisés au sein de l'outil.

CAS CLIENT



Une plateforme documentaire au service du collaboratif

Comme promis, Link'co contribue à créer plus de collaboratif entre les équipes, réduisant par là même les échanges de mails entre services marketing et commercial. Chacun peut ajouter un commentaire aux supports partagés et les informations sont personnalisées selon le profil commercial de l'utilisateur afin de diffuser du contenu plus pertinent. Le commerce a également accès à une FAQ et à 52 espaces collaboratifs privés pour échanger en toute simplicité. La plateforme dispose également d'un moteur de recherche puissant afin de faciliter l'accès à l'ensemble des ressources dont les commerciaux ont besoin.



"Nos commerciaux récupèrent l'intégralité de leurs kits commerciaux pour aller en clientèle, et peuvent se former en amont sur toutes nos offres. Ils sont sur une seule et unique plateforme pour tous leurs usages du quotidien".

Estelle Quencez, Responsable plateforme marketing digitale Link'co SFR Business

LINK'CO, C'EST AUSSI…

- 5 200 documents et articles
- Plus de 1 200 visites par jour
- 20 000 téléchargement par semaine
- 8 000 recherches par semaine

Avec Link'& Learn, un point d'entrée unique aussi pour se former

Pour répondre aux enjeux de montée en connaissances et compétences de nos collaborateurs, nous avons aussi souhaité faire évoluer notre outil de formation qui était vieillissant. Plutôt que de choisir un LMS séparé, nous avons préféré capitaliser sur notre plateforme Link'co et y intégrer le module de formation/d'e-learning de Jalios que nous avons appelé Link'& Learn.



un LMS séparé, nous avons préféré capitaliser sur notre plateforme Link'co et y intégrer le module de formation/d'e-learning de Jalios que nous avons appelé Link'& Learn.

Ainsi, nos commerciaux et nouveaux entrants utilisent la même plateforme que ce soit pour récupérer leurs kits commerciaux que pour se former sur les offres de SFR Business et les parcours de commande. L'ensemble est plus riche car les éléments peuvent se référencer mutuellement plus facilement.

Pour notre équipe, avoir une seule application pour tout gérer simplifie l'administration fonctionnelle et nous pouvons passer plus de temps sur les contenus et pour favoriser l'engagement des collaborateurs.

Cette plateforme est ouverte à tous les populations SFR Business en interne (commerce et hors commerce) ainsi qu'à nos distributeurs externes référencés.

LINK'& LEARN, C'EST AUSSI…

- 1 310 modules de formation

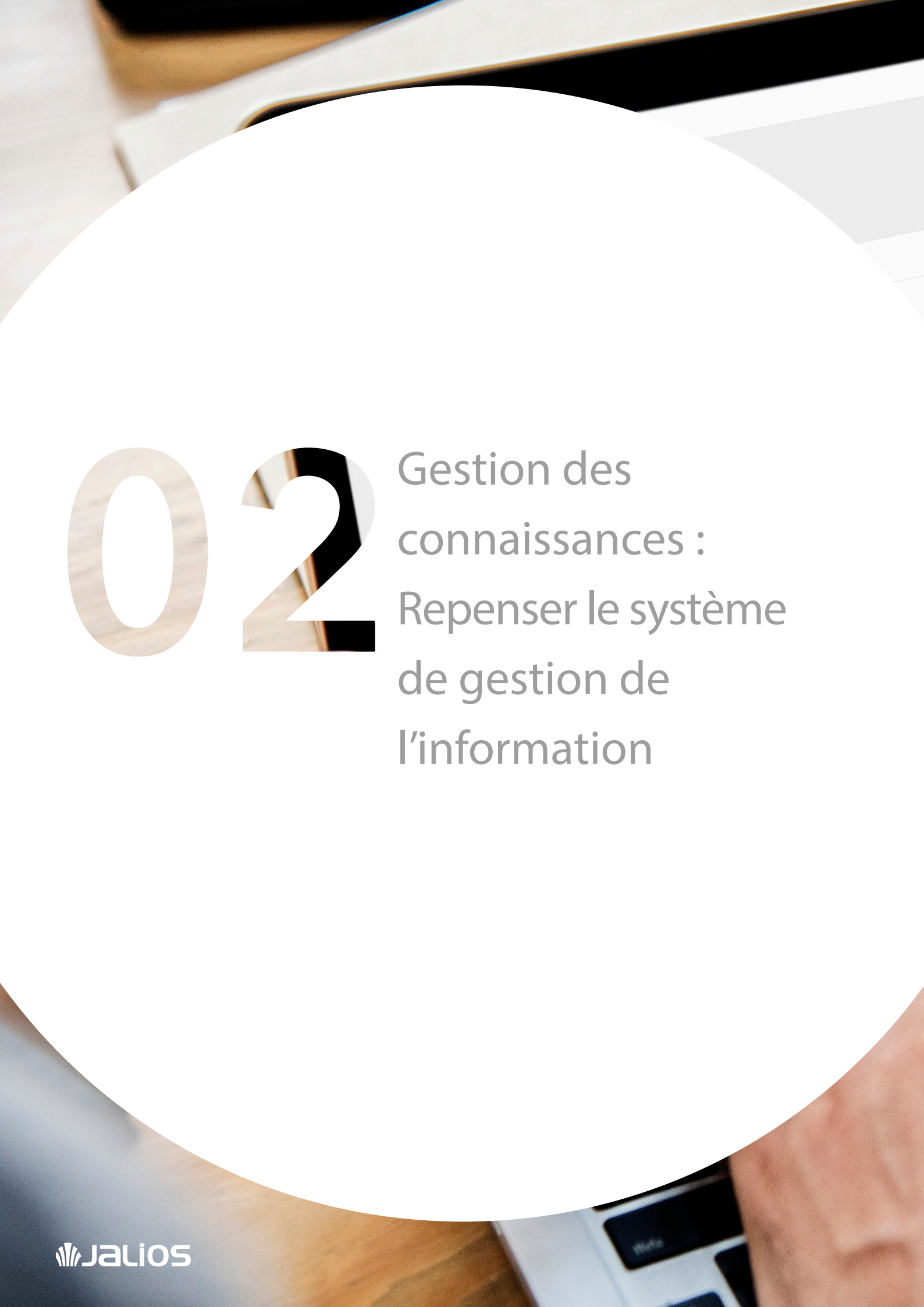
- 222 parcours

- Plus de 127 quiz en ligne

- 140 collaborateurs en moyenne par jour

A ce stade nous n'utilisons pas les fonctionnalités de classes virtuelles et de sessions en présentiel. Nos contenus, créés en interne par 2 personnes, sont en majorité des vidéos, des supports PowerPoint et des fiches multimédia pour les offres.

La partie reporting et pilotage est un des enjeux essentiels car elle permet de valider l'acquisition des connaissances par les équipes commerciales. Dans certains cas nous avons même lié une partie variable de leur rémunération au bon suivi des formations afin de s'assurer que les offres SFR Business sont bien connues des commerciaux et qu'ils maitrisent les parcours de commande. Ce reporting est essentiel pour la Direction qui l'utilise toutes les semaines pour assurer un bon management des équipes. Nous utilisons notamment un export que nous retraitons ensuite via un développement spécifique pour que les informations soient en adéquation avec notre organisation. Cela reste un axe de progression important chez SFR Business.



02 Gestion des connaissances : Repenser le système de gestion de l'information

Jalios



Gestion des connaissances : Repenser le système de gestion de l'information

Les organisations se posent encore beaucoup de questions sur la gestion des connaissances. Comment indexer correctement les contenus ? Quelles règles de nommage adopter ? Sur quel plan de classement s'appuyer ? Tous les contenus sont-ils à verser dans la GED ? Et comment faire le lien avec la Digital Workplace ?

Privées ou publiques, toutes les organisations se retrouvent tôt ou tard confrontées à ces questions concernant la gestion des connaissances. Tout simplement parce que le volume d'information continue de s'accroître au sein des équipes, parce que les offres et les métiers se complexifient, parce que les collaborateurs sont de plus en plus volatiles et parce que la culture du collaboratif, malgré la grande avancée permis par la crise sanitaire et la mise en place du travail à distance, n'est pas encore pleinement intégrée au sein de toutes les organisations. Voilà pourquoi la connaissance doit être sauvegardée, pérennisée, mais aussi structurée, partagée et valorisée. Ce qui n'est possible qu'avec une Digital Workplace.

1 Optimiser le système de gestion de l'information

Mais l'outil seul ne suffit pas. Il est également utile de mettre en place des ateliers spécifiques sur les usages du knowledge management, de désigner des référents métiers et d'essaimer les bonnes pratiques, par exemple tout faire pour que l'information soit accessible en deux clics (pas plus) et mettre fin à la tentation par les collaborateurs de dupliquer les contenus. La mise en place d'un projet de gestion des connaissances et le déploiement d'une plateforme collaborative est d'ailleurs l'occasion pour les organisations d'optimiser leur système de gestion de l'information. Autrement dit, de mieux structurer l'information et de lutter contre l'infobésité. C'est une opportunité pour tout repenser, mettre en place un nouveau référentiel divisé par départements et affiner le parcours collaborateur. L'ambition étant que tous puissent, en fonction des droits qui leur sont attribués, retrouver facilement les documents et contenus dont ils ont besoin. Sans compter que toutes ces connaissances peuvent aussi être éditorialisées et mises en scène grâce à des parcours illustrés, via des vidéos, des tutoriels, des guides, etc.

2 Vers une construction collaborative des bases de connaissances

Si la vertu première d'une Digital Workplace est de rassembler les collaborateurs autour d'un outil commun et de favoriser la collaboration, elle permet aussi de créer une ou des bases de connaissances grâce auxquelles chaque collaborateur peut s'informer, se former, trouver des réponses à ses questions ou ses problèmes. L'important étant que cette base soit adossée à un moteur de recherche performant et qu'elle puisse proposer pour chaque réponse des suggestions de contenus connexes (à la manière des sites e-commerce) susceptibles d'intéresser aussi le collaborateur.

Cette base de connaissances doit elle aussi être construite de manière collaborative et permettre aux collaborateurs de l'enrichir spontanément. Même si des filtres et des modérations peuvent être ajoutés afin d'éviter la diffusion d'informations erronées, obsolètes et non validées par l'organisation.

3 De la communication à la gestion des connaissances

La Digital Workplace permet ainsi d'adresser des besoins de communication et de les faire évoluer naturellement vers des enjeux de partage de connaissances et d'engagement collaborateur :

1. Informer quotidiennement l'ensemble de l'organisation. Chaque collaborateur peut ainsi accéder quotidiennement aux informations professionnelles qui le concernent.
2. Faciliter la collaboration en interne, mais aussi avec les réseaux externes. La collaboration ne peut plus désormais se limiter à l'interne. Elle doit aussi pouvoir se faire sans friction avec l'externe (partenaires, clients, fournisseurs, etc.) pour un travail plus efficace.
3. Faciliter le travail et le partage de connaissances grâce à des outils intégrés à la plateforme : co-édition de documents, chat et forum de discussion, agenda partagé, annuaire, accès aux applications métiers via un lanceur d'apps, etc. Á cela peut s'ajouter la mise en place d'un centre de ressources multimédia agrégeant articles, documents normés, photos, vidéos, etc.
4. Donner la parole aux collaborateurs grâce à un réseau social interne. Nombreux auront, en effet, plutôt tendance à se taire et à s'effacer au sein de la Digital Workplace. En mettant à leur disposition, un réseau social et leur offrant une expérience similaire à celle qu'ils vivent en privé sur les médias sociaux, la parole peut être libérée, les problèmes soulevés et résolus plus facilement grâce à la création d'une communauté d'entraide. Ce qui contribue aussi à renforcer le sentiment d'appartenance.



03 La gestion des connaissances, levier d'engagement des collaborateurs



La gestion des connaissances, levier d'engagement des collaborateurs

Nous traversons une période inédite et incertaine qui bouleverse tous les modèles de travail que nous connaissions. Les managers et responsables RH doivent désormais prendre le temps de repenser le cycle professionnel traditionnel, de l'embauche à la retraite, afin de mieux comprendre les besoins de leurs collaborateurs, de les engager et de les fidéliser.



Jean-Michel Philippon, Dirigeant et Auteur, INITIUM COACHING

"La transition que nous vivons remet un focus important sur comment maintenir l'engagement des collaborteurs dans une organisation. Le travail hybride peut devenir un formidable levier de productivité, mais aussi un puissant facteur de désengagement qui est le problème numéro des dirigeants, managers et des services RH." précise Jean-Michel Philippon, Dirigeant et Auteur, INITIUM COACHING.

Après le télétravail et le travail hybride, voici que l'on évoque dans certains grands groupes la semaine des 4 jours. Et ce, alors que dans les PME les effectifs sont contraints, pressurisés, et ce, même si de nombreuses embauches sont prévues. Reste à savoir si l'offre sera en adéquation avec la demande, si les compétences recherchées seront bel et bien trouvées et si les organisations parviendront à fidéliser et engager leurs talents (puisque c'est désormais comme cela que l'on nomme les collaborateurs). Le rapport est aujourd'hui en train de s'inverser, puisque ce sont désormais les entreprises qui doivent séduire les candidats. Et non l'inverse. Et bien entendu, le télétravail, les avantages sociaux, la culture numérique, les outils et les valeurs de l'organisation font partie de ce nouveau rapport qui s'instaure entre employeurs et salariés. Ce qui n'est possible qu'avec une Digital Workplace.



1 Onboarding, un processus à ne pas manquer

Dans ce contexte, les organisations ont tout intérêt à particulièrement soigner leur parcours RH notamment pour l'onboarding. D'autant que bon nombre d'entre elles n'ont toujours pas de processus d'onboarding bien défini, même si la crise sanitaire a eu l'avantage de faire avancer les choses dans ce domaine. En effet, après la phase de recrutement, l'onboarding fait partie des moments clés qui déterminent et définissent le futur de la relation entre le collaborateur et l'organisation. L'onboarding est donc un processus essentiel qu'il ne faut pas rater.

2 Un parcours fléché pour le nouvel arrivant

Il nécessite toutefois le traitement d'importants volumes de documents et une coordination parfaite entre les différents managers et services de l'organisation. L'onboarding n'est pas seulement important d'un point de vue administratif. S'il est réussi, les collaborateurs seront aussi plus engagés au sein de l'organisation et auront à la fois plus de chances de s'épanouir et de rester. Cette phase d'on-boarding peut donc se faire par le biais de vidéos d'auto-formation (accessibles à la demande en streaming) et par la mise à disposition spontanée des guides administratifs et des procédures opérationnelles en vigueur pour le nouvel arrivant.

3 Des solutions pour gagner rapidement en autonomie

C'est aussi l'occasion de lui créer un espace documentaire personnel et de mettre à sa disposition une base de connaissances dédiée et à jour. Cela permet à la nouvelle recrue de savoir où est la connaissance, de savoir qui sont les sachants et les référents vers lesquels elle peut se tourner en cas de besoin. Ce genre d'initiative contribue à l'épanouissement professionnel et permet d'éviter certains irritants. Ainsi, qu'il s'agisse d'un collaborateur en CDI ou d'un renfort ponctuel, grâce à une base de connaissances structurée, tout nouvel arrivant peut rapidement répondre aux exigences du poste, être plus facilement autonomes et gagner en efficacité.

4 Des connaissances au service des 5 phases du parcours professionnel

L'accès à une ou des bases de connaissances est d'ailleurs vital tout au long du parcours professionnel du collaborateur qui, rappelons-le, est constitué de 5 phases : le recrutement, l'intégration / formation, le développement / montée en compétence, la fidélisation / adhésion à la culture d'entreprise, le départ / transmission / mentorat. Grâce aux bases de connaissances, les équipes RH peuvent ainsi partager des informations avec le collaborateur via différents contenus personnalisés en fonction de ses caractéristiques et de la phase dans laquelle il se trouve au sein de son parcours professionnel. Une base de connaissance pour organiser et manager les équipes, une autre pour organiser et diffuser les contenus de formation, une autre pour venir en appui des collaborateurs mobiles (commerciaux, techniciens, etc.) dans leurs missions quotidiennes, une autre pour gérer les savoirs et assurer leur pérennisation lors des départs en retraite ou des changements de poste, etc. La Digital Workplace vient dès lors chapeauter ces bases de connaissances et permet aux collaborateurs d'y accéder facilement et de toujours trouver des réponses à leurs interrogations.

5 La Digital Workplace au service de la gestion de crise

Il est aussi possible de mettre en place une politique spécifique pour les travailleurs à distance et une autre pour les collaborateurs présents dans les locaux. Au début de la pandémie et lors du retour au bureau, les collaborateurs se sont, en effet, beaucoup interrogés sur la sécurité au travail, sur les protocoles sanitaires mis en place, sur la possibilité ou non de se rendre dans les bureaux, sur ce qu'il adviendrait de leurs congés, sur les pratiques du télétravail, etc. En utilisant la Digital Workplace et en s'appuyant sur les bases de connaissances constituées, les équipes RH ont pu automatiser les réponses aux questions récurrentes et ainsi gagner du temps pour se concentrer sur d'autres problématiques plus complexes.

6 Quand la connaissance naît des conversations

Les outils collaboratifs offrent également des espaces de conversation permettant à chaque collaborateur de partager son expertise. Ces discussions sont très souvent des mines d'or en termes d'informations et de connaissances. La Digital Workplace permet là encore de concaténer l'information issue de ces espaces conversationnels et de la structurer pour qu'elle puisse être utile à tous les collaborateurs. L'opération peut d'ailleurs être très valorisante pour le collaborateur qui y participe, puisqu'il fournit sa propre connaissance qui va potentiellement servir aux autres. En offrant cette possibilité, la Digital Workplace donne l'occasion à tous de participer et de partager leurs connaissances. Elle devient un espace vertueux de dialogue, de partage et d'apprentissage, et fait émerger l'intelligence collective.

7 Fédérer et soutenir les collaborateurs mobiles

La Digital Workplace prend aussi tout son sens dans les environnements dispersés avec différents sites géographiques et des collaborateurs mobiles. Chez Handicap International, par exemple, la Digital Workplace permet à chacun de relayer facilement des informations sur ses missions. Ce qui s'avère très valorisant pour les bénévoles sur le terrain et ce qui permet en même temps, de faire remonter de l'information terrain actualisée auprès de la direction. En donnant accès à la base documentaire ou en créant des espaces collaboratifs dédiés (par projets ou clients), il est dès lors possible de transformer les pratiques, de permettre aux nouveaux collaborateurs d'être rapidement opérationnels et aux plus anciens de gagner en efficacité. Mais attention, tout cela n'est pas magique. La Digital Workplace à elle seule ne peut rien. Il y a, au préalable, un important travail de nommage, d'indexation et d'organisation à prévoir pour créer ces bases de connaissances.

8 Vers une information mieux contextualisée

Avant de rechercher un document ou une information, il faut d'abord savoir qu'il existe. D'où l'intérêt de contextualiser tous les contenus présents dans la base de connaissances. Sur l'espace collaboratif, le collaborateur pourra ainsi visualiser les contenus qui viennent d'être déposés et d'autres pourront être poussés vers lui par le service RH ou le service formation par exemple. L'information peut donc être présente dans une base de connaissances et poussée vers le collaborateur qui peut la sauvegarder dans son espace documentaire personnel. C'est pratique pour capitaliser l'information.





Retour d'expérience : MGEN mise sur le KM pour des réponses harmonisées

La MGEN utilise la Digital Workplace Jalios comme un outil de support pour les chargés de clientèle en contact direct avec les adhérents ou assurés. Étant donné qu'il s'agit d'un secteur réglementé, la base de connaissances est hyper structurée. Mais aussi collaborative. Les chargés de clientèle deviennent eux-mêmes rédacteurs des fiches qu'ils utilisent pour répondre aux demandes et mettent régulièrement à jour les informations pour que les contenus soient exploitables. Ce qui amène de la diversité dans le poste. Il y a donc moins de turn over depuis l'installation de cette plateforme qui est devenue un outil indispensable du quotidien.

Comment Jalios permet aux collaborateurs MGEN de fournir une information précise et fiable à leurs adhérents ?

Pour fournir une information homogène, à jour et de qualité à ses adhérents et assurés, MGEN s'est très tôt dotée d'une solution de Knowledge Management. Depuis 2020, la mutuelle a fait le choix de changer d'outil et d'adopter la plateforme Jalios. Explications.

Le groupe MGEN, Acteur majeur de la protection sociale et première mutuelle de la fonction publique) gère des connaissances depuis plus de 10 ans. Katia Murawsky a même été recrutée pour encadrer cette activité. Le poste a, en effet, été créé en 2012 dans le cadre d'un grand projet visant à améliorer la qualité des réponses apportées aux adhérents par les téléconseillers et tous les collaborateurs en situation d'accueil. Ce qui a abouti au déploiement d'une base de gestion des connaissances baptisée Genius.

Améliorer la communication entre les services

Chargée du projet, Katia Murawsky a commencé par superviser le développement de cette base de connaissances, qui s'appuyait sur un logiciel open source. Elle a également contribué à former les téléconseillers pour l'écriture des fiches, et à "faire se parler deux mondes" : les téléconseillers et les services réglementaires. "Il est très satisfaisant d'arriver à faire évoluer les mentalités sur toutes les questions de partage et de collaboration", précise la Responsable du Pôle Gestion de la Connaissance et des Compétences au sein de MGEN.

De l'information contextualisée

Ce projet a donc démarré avec une base de connaissance destinée aux collaborateurs en situation d'accueil, que celui-ci soit téléphonique ou physique. L'objectif étant d'apporter à l'adhérent ou l'assuré une réponse homogène, cohérente et fiable par le biais de fiches de connaissances. Celles-ci présentent



l'information sous forme logique et opérationnelle avec des indications visuelles claires. À ces fiches de connaissances peuvent d'ailleurs être associés différents documents réglementaires, mais aussi des circuits de traitement ou des informations clés. L'information est toujours contextualisée.

Le Knowledge Management, c'est d'abord une histoire d'organisation

Le plus délicat dans la gestion de cette base de connaissances, c'est que l'information évolue fréquemment. "Le métier et les offres se sont complexifiées au fil du temps, précise la responsable. Avec les changements réglementaires et, à plus forte raison, la pandémie, nous avons toujours des raisons de mettre à jour ces fameuses fiches". Et pour cela, une organisation claire est nécessaire. "Le Knowledge Management, c'est avant tout de la méthode et de l'organisation, rassemblées autour d'un outil", aime d'ailleurs à rappeler Katia Murawsky.

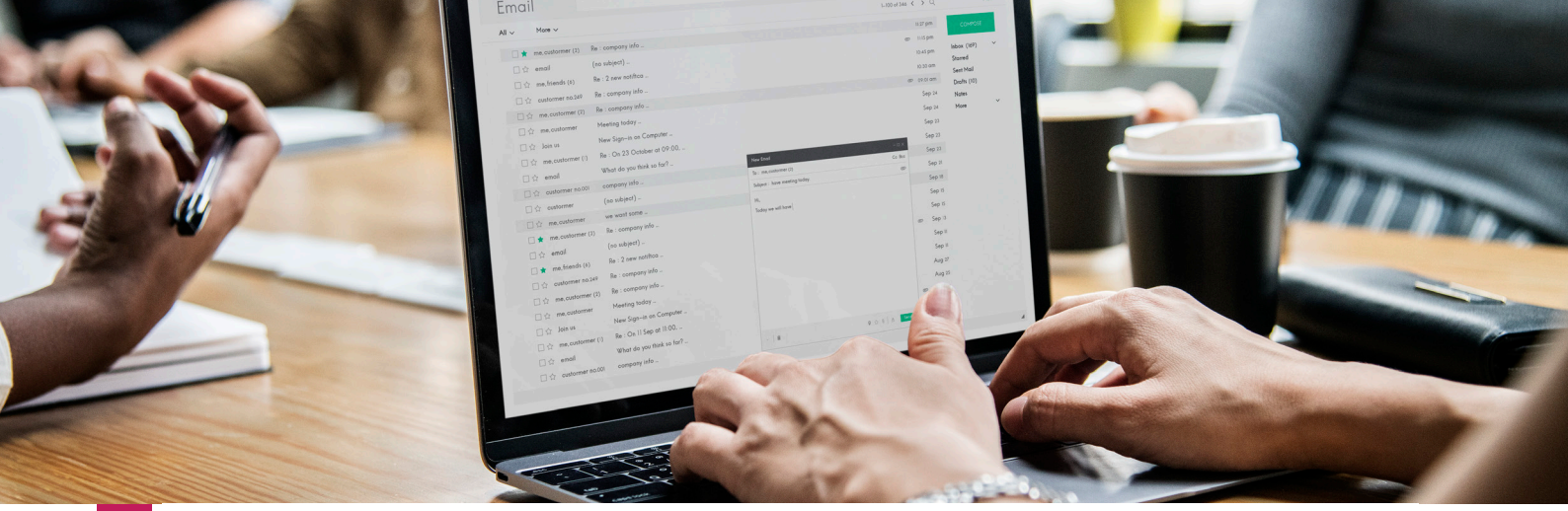
Des rouages bien huilés

Ce sont les téléconseillers qui créent eux-mêmes la première version de la fiche de connaissances. "Il nous semblait logique qu'ils en soient à l'origine afin que cette fiche soit opérationnelle pour eux", poursuit la responsable. Ensuite, un référent repasse sur la fiche en question, et valide sa cohérence avant publication. Enfin, Katia Murawsky et son équipe coordonnent les contributeurs et s'assurent du respect des bonnes pratiques et de la qualité des fiches. "Nous sommes les garants de la méthode, de la bonne marche de notre organisation en réseau et de l'outil", précise l'intéressée. Une fois la fiche intégrée dans la base de connaissances, tous les collaborateurs ont la possibilité de la consulter et de laisser des commentaires. C'est d'ailleurs cette possibilité de commenter les fiches qui a contribué à l'appropriation de l'outil par la plupart des collaborateurs depuis 10 ans."

"Ils peuvent remonter une erreur, une incompréhension, une imprécision, etc., » continue-t-elle. « Il était donc important que Jalios permette de continuer à proposer cette fonctionnalité intacte. »

7 bases de connaissances différentes

Fort du succès de cette première base de connaissances, une seconde a été créée à destination des gestionnaires, à savoir tous les collaborateurs qui traitent les dossiers des adhérents/assurés (devis, prise en charge, remboursement, etc.). Puis une troisième, dédiée à la commercialisation de l'offre MGEN dans les agences (avec des argumentaires, etc.) a vu le jour. Puis, une quatrième, privée cette fois-ci, et dédiée aux managers, pour les aider dans leur gestion d'équipe au quotidien. "Nous voulions éviter que certains collaborateurs soient sans cesse submergés par les mêmes questions, rappelle Katia Murawsky. Aujourd'hui, nous nous appuyons sur 7 bases différentes. Et ces bases sont de plus en plus convergentes, car les métiers eux-mêmes évoluent et deviennent convergents."



Un gain en confort et efficacité

Début 2020, en plein confinement, La MGEN a remplacé son logiciel historique pour la plateforme Jalios.



"Ce qui nous a d'abord séduit chez Jalios, c'est son expertise autour du Knowledge Management, indique la responsable. Avec Jalios nous avons augmenté le nombre de fonctionnalités de Knowledge Management disponibles en standard, par rapport à notre précédent outil".

Katia MURAWSKI
Responsable Pôle Gestion de la Connaissance et des Compétences chez MGEN

Et même si différents développements ont été nécessaires pour adapter la plateforme Jalios aux besoins du groupe, grâce à elle, tous les utilisateurs ont gagné en confort de travail et en efficacité. Sans compter qu'avec Jalios, les recettes fonctionnelles des nouvelles versions sont désormais plus sûres et moins anxiogènes pour l'équipe en charge du Knowledge Management. L'évolution de l'outil s'avère, en effet, beaucoup plus facile.

Vers davantage de collaboration

"Les notifications et recommandations proposées par la plateforme Jalios ont immédiatement remporté l'adhésion, argue K. Murawsky. Jalios a également répondu présent en termes de sécurité et de gestion des droits. La collaboration a par ailleurs été boostée grâce aux espaces collaboratifs qui sont utilisés pour la co-construction des fiches de connaissances en amont de leur publication ou pour rassembler des communautés autour de sujets métiers ou projets." Et même si les formations et l'accompagnement à la prise en main de ce nouvel outil ont eu lieu à distance, les premiers retours se sont avérés très positifs et laissent présager d'un avenir radieux. D'autant que dans l'intervalle, les bases de connaissances se sont complexifiées. "Nous avons désormais beaucoup plus d'informations, mais aussi de contraintes et d'exigences, note la responsable. Et nul doute que la plateforme nous permettra de relever ces nouveaux défis."





04 La formation, alliée et bras armé du Knowledge Management

JALIOS



La formation, alliée et bras armé du Knowledge Management

Les nouvelles formes de travail axées sur le travail collaboratif génèrent de plus en plus des situations d'apprentissages informels, autant de situations dans lesquelles les collaborateurs génèrent et utilisent des connaissances et développent des compétences.

Les organisations essayent donc d'en tirer parti à travers deux dispositifs complémentaires ;

- D'un côté : le Knowledge Management qui consiste à institutionnaliser l'informel pour capitaliser et partager les connaissances, à travers la constitution de bases de connaissances, la formalisation de procédures et la constitution de communautés de pratiques.

- De l'autre : la formation « formelle » qui s'est rationalisée autour notamment des plateformes d'E-learning, qui diffuse des connaissances, permet l'acquisition de COMPETENCES et donc de savoir-faire.

A ce titre, on entend donc par « compétence » une combinaison des trois éléments suivants :

1. Le savoir (connaissances),
2. Le savoir-faire (habileté/capacité)
3. Et le savoir-être (qualités personnelles).

1 La digital Workplace favorise le rapprochement Knowledge Management et E-learning pour les rendre actionables

Le rapprochement Knowledge Management et E-learning est désormais largement favorisé par les outils informatiques tels que ceux proposé dans une Digital Workplace comme Jalios.

Cet environnement de travail numérisé fédère l'accès des collaborateurs aux ressources et ce qu'elles soient de type Information ou Formation. Il permet des recherches simultanées dans les deux domaines : une requête unique peut alors recevoir comme réponse l'ensemble des « éléments » pertinents tel que procédures, documentations produits ou services, FAQ mais aussi les modules E-learning formant aux produits et services, par exemple.

2 Le E-learning intégré dans une Digital Workplace = une réponse unifiée pour l'utilisateur

D'après Eric Gabas, Président et Solution Manager de 1Day1Learn, solution de Solution de Digital Learning de Jalios : "Lorsque Knowledge Management et E-learning sont bien intégrés au sein d'un même environnement, le parcours/ résultat affiché en réponse à une requête comprendra tous les éléments pertinents, tels que créés au titre de la formation et tels que référencés à titre d'information dans la base de connaissances".



Eric Gabas, Président et Solution Manager de 1Day1Learn

- Le E-learning propose des modules pour utiliser au mieux le Knowledge Management que ce soit pour aider à la capitalisation des connaissances ou à leur utilisation.
- Le E-learning est une porte d'entrée sur les savoirs : la formation au support client par exemple, débouche sur l'utilisation et l'accès aux documents, aux process et aux experts référencés dans la base de connaissance Knowledge Management.
- Des liens sont aussi référencés depuis la base de connaissance vers le E-learning, pour approfondir ou acquérir une compétence sur les sujets traités.

Par exemple, un responsable du service assurant la maintenance d'un équipement trouvera les documents de l'équipement à dépanner (manuels de référence, manuel utilisateur, d'installation, de dépannage), des fiches Questions/réponses rédigées par d'autres techniciens, des « trucs » et meilleures pratiques insérés par les experts, des modules de formation à la maintenance développés par le fournisseur, des remarques et procédures rédigées par des chefs de service, etc.

C'est ce type de réponse unifiée que permet d'apporter une Digital Workplace ayant un module d'E-learning intégré.



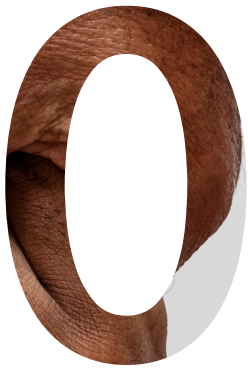
3 Les clés de la réussite

Performance et concurrence sont les mobiles fondamentaux de la mise en œuvre du Knowledge Management comme du E-learning dans une organisation. L'un et l'autre vont favoriser la gestion et l'appropriation des connaissances d'une part et des savoir-faire et des compétences d'autre part, permettant ainsi de mieux agir et réagir.

Si vous cherchez à faire converger E-learning et Knowlege Management dans votre organisation, voici quelques facteurs clés de succès :

- Ne pas transiger sur une démarche transversale où le système d'information, le management, les représentants Métiers et la gestion des ressources humaines seront en interaction constante et concourront aux objectifs stratégiques partagés.
- Mettre en place un processus formalisé, mais bienveillant, de mise à disposition des connaissances. Le collaborateur ne doit se sentir ni découragé par l'effort à faire, ni par un risque quelconque.
- S'assurer que la hiérarchie favorise l'effort de partage des connaissances en fixant des objectifs sur le sujet et dégage de la disponibilité pour permettre aux collaborateurs de se former.
- Commencer par une approche pragmatique, via un domaine particulier auquel la participation de tous sera requise (service client, processus d'entretiens annuels, etc.)
- S'appuyer vers une plateforme unique pour gérer l'ensemble de la connaissance et de l'apprentissage d'une organisation.
- Via cette plateforme, utiliser le E-learning comme un point d'entrée pour réduire les frontières entre l'accès à l'information, à la gestion des connaissances et à la formation.
- Stimuler la capacité des collaborateurs à devenir acteurs par exemple à travers un processus d'apprentissage collaboratif en ligne et via la contribution à des communautés de pratique. Vous favoriserez ainsi la production de nouvelles connaissances ainsi que la circulation optimisée de l'information et des savoir-faire dans l'organisation.





05 4 moyens de maintenir la collaboration à l'heure du travail hybride grâce au Knowledge Management

Jalios



4 moyens de maintenir la collaboration à l'heure du travail hybride grace au Knowledge Management

1 Comment maintenir la collaboration à l'heure du travail hybride ?

Les organisations doivent désormais composer avec un nouveau paradigme : le télétravail qui devrait largement perdurer dans de nombreux secteurs d'activité. Or, ce travail distant a un effet pervers : il génère chez certains collaborateurs une diminution du sentiment d'appartenance. Ils ont dès lors tendance à se désengager du collectif de l'organisation. L'enjeu pour les organisations et les managers étant de recréer du collectif en distanciel ? Et pour cela, il existe une recette dont la Digital Workplace est l'un des ingrédients.

Cette nouvelle organisation du travail redessine l'environnement du collaborateur. Mais comment maintenir cette performance collaborative dans ce contexte de travail hybride ? Comment animer cette collaboration sur la durée et étoffer ces bases de connaissances ? La réponse se trouve dans la Digital Workplace et aux possibilités qu'elle offre : Voilà pourquoi la connaissance doit être sauvegardée, pérennisée, mais aussi structurée, partagée et valorisée. Ce qui n'est possible qu'avec une Digital Workplace.

1. Les communautés de pratiques : Autrement dit, un groupe de personnes qui partagent un intérêt commun et qui veulent approfondir leurs connaissances en interagissant de manière régulière sur un sujet donné. Cette communauté est définie par un besoin commun d'apprentissage.
2. Les espaces collaboratifs : Ces espaces autorisent les discussions en ligne, le partage de documents et favorisent la communication transverse au sein de l'organisation. Ils peuvent aussi constituer une vitrine grâce à laquelle certaines équipes peuvent partager et présenter des projets.
3. Les webinaires : Il s'agit là d'un levier fondamental du partage de la connaissance. Cela permet à des individus (collaborateurs, managers, partenaires externes, etc.) de partager en live des informations, d'écouter, de poser des questions et de créer du lien social.
4. Les réunions en face à face : Elles constituent également une source fondamentale d'apprentissage et de consolidation des connaissances. Elles sont l'occasion d'échanger, de partager des points de vue, des opinions et d'apprendre de l'autre.

2 Gare aux réunions hybrides

La Digital Workplace prend aussi tout son sens dans les environnements dispersés avec différents sites géographiques et des collaborateurs mobiles. Chez Handicap International, par exemple, la Digital Workplace permet à chacun de relayer facilement des informations sur ses missions. Ce qui s'avère très valorisant pour les bénévoles sur le terrain et ce qui permet en même temps, de faire remonter de l'information terrain actualisée auprès de la direction. En donnant accès à la base documentaire ou en créant des espaces collaboratifs dédiés (par projets ou clients), il est dès lors possible de transformer les pratiques, de permettre aux nouveaux collaborateurs d'être rapidement opérationnels et aux plus anciens de gagner en efficacité. Mais attention, tout cela n'est pas magique. La Digital Workplace à elle seule ne peut rien. Il y a, au préalable, un important travail de nommage, d'indexation et d'organisation à prévoir pour créer ces bases de connaissances.

3 Développer l'intelligence coopérative

Le partage et la coopération sont des piliers de l'engagement au travail : communiquer et transmettre ses savoirs, son énergie et son enthousiasme contribuent à créer un sentiment d'appartenance à un collectif plus important pour chaque collaborateur. L'intelligence coopérative n'est donc pas seulement un moyen de capitaliser sur le partage de connaissances, mais également d'inclure toutes les parties prenantes à un projet d'entreprise plus global.

4 De nombreux outils au service du partage d'informations

Jean-Michel Philippon, dirigeant d'Initium Coaching et auteur de "Désengagement au travail" et "La Nouvelle vie des managers", liste 4 déclencheurs importants à l'intelligence coopérative :

1. La coopération : le collaborateur est conscient d'apporter sa pierre à l'édifice et il se sent reconnu comme contributeur du système global ;
2. La solidarité : chacun aide les autres à régler leurs problématiques, remplir leurs missions, développer leurs projets ;
3. La responsabilité : en tant qu'individu, le collaborateur est responsable de la croissance du système ;
4. L'engagement : plus un collaborateur travaille avec les autres, plus il a envie de s'engager dans l'écosystème de l'organisation.

À cela s'ajoutent 4 états de "service" de l'intelligence coopérative, qui s'appuient sur des outils déjà répandus dans les organisations :

	TOUS POUR TOUS	TOUS POUR UN	UN POUR TOUS	UN POUR UN
DÉFINITION	Le collectif au service du collectif	Le collectif au service d'un individu, d'un projet ou d'une problématique	Un individu au service du collectif	Un individu au service d'un autre acteur de l'écosystème
OUTILS ASSOCIÉS	◆ Réunions déléguées ◆ Brainstorming ◆ Forum ouvert ◆ Hackathon ◆ World Café ◆ Séminaires ◆ Design Thinking ◆ Team Building ◆ Appreciate Inquiry ◆ Celebration Time	◆ Co-développement ◆ Mastermind ◆ Sun-Walk	◆ Réunion d'information ◆ Formation ◆ Conférence ◆ Coaching d'équipe ◆ Rapport d'étonnement ◆ Retour d'expérience ◆ Partage de la vision	◆ Formation individuelle ◆ Tutorat ◆ Mentorat ◆ Coaching ◆ Parrainage

Autant d'outils à ne pas négliger pour favoriser l'intelligence coopérative et, in extenso, l'engagement des collaborateurs, contribuant ainsi à "un monde du travail plus engageant, plus performant et plus humain".





Knowledge Management et communautés de pratique



Knowledge Management et communautés de pratique

1 Les CoP, leviers incontournables d'une démarche Knowledge Management

Une communauté de pratique (CoP) se définit comme un groupe de personnes qui interagissent volontairement, de manière régulière, dans le but de créer, de partager, ou d'apprendre, qui partagent des intérêts communs pour une pratique ou un domaine. Grâce à ces échanges réguliers (en face à face ou à distance), ils approfondissent leurs connaissances, développent ensemble des bonnes pratiques et produisent un savoir commun. Chaque membre de la communauté valorise ainsi ses compétences individuelles et les compétences de l'organisation via l'amélioration continue de leurs pratiques communes.

Les communautés de pratique sont un élément fondamental d'une démarche Knowledge Management. Elles soutiennent la circulation des connaissances, leur capitalisation dans des bases Knowledge Management et leur réutilisation. Elles aident à améliorer la productivité de l'organisation en mettant en commun des outils, des références et des processus. Dans les organisations distribuées, elles permettent de mieux utiliser les ressources dispersées en évitant de reproduire les erreurs ou de réinventer les bonnes pratiques. Elles améliorent la motivation des collaborateurs membres des communautés et aident à façonner la culture organisationnelle en transmettant valeurs, façons de faire, outils, méthodes, ou processus. Elles contribuent à l'innovation en favorisant, lors des échanges entre les membres, l'émergence de nouvelles façons de résoudre des problèmes et de nouvelles idées de produits ou de services.

2 Comment stimuler l'engagement dans la durée ?

Trois facteurs sont nécessaires pour assurer le succès d'une communauté de pratique : rôles, objectifs et interactions. Des rôles doivent être identifiés et pris en charge par des membres de la communauté. Le plus important est le leader de la communauté, qui représente la communauté, organise l'information gérée par celle-ci et fait le lien avec l'organisation formelle. Il est entouré d'une core-team de quelques membres actifs qui collectivement animent la communauté. La communauté rédige une charte, qui définit la raison d'être de la communauté, ses objectifs, les bénéfices que les membres

vont en tirer en participants et les bénéfices que l'organisation recevra de ses activités. La communauté doit organiser des interactions régulières, selon un plan d'animation défini par la core-team, afin de conserver le sentiment d'appartenance à la communauté et ainsi favoriser l'engagement de ses membres.

De son côté, l'organisation doit encourager les leaders de ces communautés à libérer du temps pour les animer et les reconnaître en faisant la promotion de la valeur créée par les communautés. » précise Louis-Pierre Guillaume, Fondateur et Directeur de Amallte, cabinet conseil en management des connaissances.



Louis-Pierre Guillaume, Fondateur et Directeur de Amallte





07 Gestion des connaissances : Les 5 commandements d'un projet de déploiement réussi



Jalios



Gestion des connaissances : Les 5 commandements d'un projet de déploiement réussi

Parce qu'en matière de gestion des connaissances et de collaboration, l'outil ne fait pas tout, voici les 5 commandements pour un projet de Knowledge Management réussi.

1 Disposer d'un soutien au plus haut niveau de l'organisation

Avec l'appui d'un "sponsor hiérarchique", il est éminemment plus facile d'ancrer le projet dans la stratégie de l'entreprise et de diffuser les bonnes pratiques auprès de toutes les strates de l'organisation.

2 Définir un plan de déploiement progressif

Il est, en effet, conseillé de réaliser un pilote et de démarrer sur un périmètre restreint afin de tester et d'éprouver la solution. Une fois le tout validé, il est dès lors possible de l'étendre à une population plus large, avant de l'ouvrir à tous les collaborateurs. Il est cependant important de prévoir des phases de test et d'effectuer ce déploiement à son rythme. Inutile par ailleurs d'activer toutes les fonctionnalités de la plateforme dès le départ, sous peine de complexifier inutilement son utilisation et de ralentir son adoption. Concentrez-vous sur les usages plutôt que sur les fonctionnalités.

3 Mettre en place une gouvernance et une vraie structuration des contenus

De plus en plus d'organisations s'interrogent sur la façon dont elles vont pouvoir retrouver les contenus agrégés au sein de leur plateforme collaborative. D'autant que généralement, il y a une minorité de contributeurs et une majorité de personnes qui viennent sur la plateforme à la recherche d'informations. Il est donc important d'anticiper cette phase. Et comme le moteur de recherche de la plateforme n'est pas magique, il est nécessaire que les contenus soient correctement

indexés. Pour cela, il convient d'abord de les nommer correctement. Le meilleur moyen étant que le contributeur qui dépose un document se mette à la place de celui qui va ensuite le rechercher.

4 Garantir l'animation de la collaboration sur la durée

Pour cela l'outil doit s'effacer au profit des animateurs et du chef de projet. Il faut, en effet, un chef de projet capable d'incarner la démarche et de fédérer autour de la plateforme. Ensuite, pour chaque espace collaboratif, un animateur doit être désigné. La meilleure solution étant de créer un binôme capable d'assurer une co-animation. Chacun ayant des compétences particulières, l'animation gagne inévitablement en valeur et en qualité. C'est ce binôme qui fera vivre l'espace collaboratif. Pour cela, il doit bien entendu maîtriser les usages de la plateforme, développer des techniques d'animation, mais aussi être référent dans le domaine concerné.

5 Utiliser des retours d'expérience en interne pour vanter les mérites de l'outil

L'idée étant de faire la preuve par l'exemple. Pour cela, les animateurs d'espaces collaboratifs peuvent profiter d'une réunion avec d'autres services, pour faire part de leurs usages et des avantages qu'ils retirent de la plateforme collaborative. Souvent, les personnes n'adhèrent à un projet ou un outil que si elles cernent précisément les bénéfices qu'elles vont pouvoir en tirer. Exit donc les plans de com' classiques ! Osez une approche pragmatique centrée sur des expériences concrètes.





Jalios Workplace

EFFICACES ENSEMBLE

COMMUNICATION

Vos enjeux, votre plateforme

Créez une meilleure **expérience collaborateur** au service du **collectif** avec Jalios Workplace.

- Intranet social & mobile
- Digital Workplace
- Portail extranet
- Réseau social & Communautés
- Plateforme collaborative
- Gestion & partage documentaire
- Knowledge Management
- Digital Learning

COLLABORATION

JALIOS WORKPLACE MS 365 Edition

JALIOS WORKPLACE Liberty Edition

CONNAISSANCE



JALIOS WORKPLACE Google Edition

Available on the App Store

Get it on Google play

Tél: +33 (0) 1 39 23 92 80
info@jalios.com
www.jalios.com

Jalios

Leader français sur le marché Cloud et On-Premise d'Intranet et de Digital Workplace, Jalios accompagne ses clients pour rendre leur organisation plus efficace et le travail de chacun plus épanouissant.

Sa solution Jalios Workplace crée du lien et permet de collaborer de manière efficace et durable. Elle se décline en 3 éditions prêtes à l'emploi pour fournir un environnement de travail numérique complet et interopérable. Elle offre ainsi une meilleure expérience collaborateur au service du collectif. Les éditions dédiées à Microsoft 365 et à Google optimisent et complètent l'utilisation de ces suites. L'édition Liberty est une alternative souveraine.

À propos de Jalios

Leader français depuis 20 ans sur le marché Cloud et On-Premise d'Intranet et de Digital Workplace, Jalios accompagne ses clients pour rendre leur organisation plus efficace et le travail de chacun plus épanouissant, aussi bien au bureau, en télétravail que sur le terrain et en mobilité.
Sa solution, Jalios Workplace, crée du lien et permet de collaborer de manière transverse et pérenne en fournissant un environnement numérique de travail complet (chat, visio, bureautique, Gestion Eléctronique des Documents, communautés, etc.) et nativement collaboratif, adapté au parc technologique de ses clients.
En unifiant communication, collaboration et gestion des connaissances, la solution donne aux collaborateurs, partenaires, clients, adhérents, fournisseurs, les moyens de travailler et réussir ensemble.
Jalios accompagne plus de 450 clients, de la PME au grand compte, dans les secteurs public, privé et associatif dans la mise en place de leur projet d'Intranet social et mobile, de Digital Workplace, mais également d'Extranet, de Réseau social, de plateforme collaborative, de gestion des documents et de connaissances (Knowledge Management), et de Digital Learning.

Jalios

Pour en savoir plus : www.jalios.com et sur LinkedIn

Contact Presse : Aurélia DOSTERT
Email : communication@jalios.com
Tel : 07 88 89 16 31

Propos et contenus reccueillis auprès des équipes Jalios, de ses clients et de ses partenaires, que nous remercions pour leur contribution à la réalisation de ce Livre Blanc. :

SFR BUSINESS — Estelle Quencez, responsable plateforme marketing digital au sein de SFR Business.

mgen GROUPE VYV — Katia Murawsky, Responsable Pôle Gestion de la connaissance et des compétences, MGEN.

1day1learn — Eric Gabas, Président et Solution Manager de 1Day1Learn, Solution de Digital Learning de Jalios

INITIUM — Jean- Michel Philippon, Dirigeant et Auteur, Initium Coaching

Amallte — Louis-Pierre Guillaume, Fondateur et Directeur de Amallte, cabinet conseil en management des connaissances