

Etude Cegos 2014 sur les « Usages et impacts des réseaux sociaux et du digital dans l'entreprise »

Usages des réseaux sociaux et du digital dans l'entreprise

L'étude Cegos 2014 sur les « Usages et impacts des réseaux sociaux et du digital dans l'entreprise » révèle que les salariés sont de plus en plus accros aux réseaux sociaux. Près de 8 salariés sur 10 utilisent au moins un réseau social. Facebook en tête. Ils s'y expriment d'ailleurs davantage, y compris à propos de leur entreprise.

Cegos a révélé les résultats 2014 de la 2ème édition de son baromètre « Usages et impacts des réseaux sociaux et du digital dans l'entreprise ». Echantillon : **1000 salariés et 300 dirigeants et managers** impliqués dans le pilotage des réseaux sociaux et du digital (entreprises de plus de 50 salariés).



Des salariés connectés

L'usage des réseaux sociaux s'est généralisé. **Six salariés sur 10 et près d'un dirigeant sur 2 s'y connectent au-moins une fois par jour.** Et si l'on croyait à un phénomène générationnel... C'est faux. Tout le monde utilise les réseaux sociaux, Facebook en tête (72%, + 11 points vs. 2012), quel que soit l'âge.

Reste que près de 20% des salariés refusent d'utiliser un réseau social. Les révélations d'Edward Snowden sur les écoutes de la NSA ne vont sans doute pas les encourager à s'y mettre.... D'ailleurs, **60 % des salariés connectés ont modifié leurs comportements sur les réseaux sociaux** depuis cette affaire. Signe d'une véritable prise de conscience de la vulnérabilité de nos données personnelles.

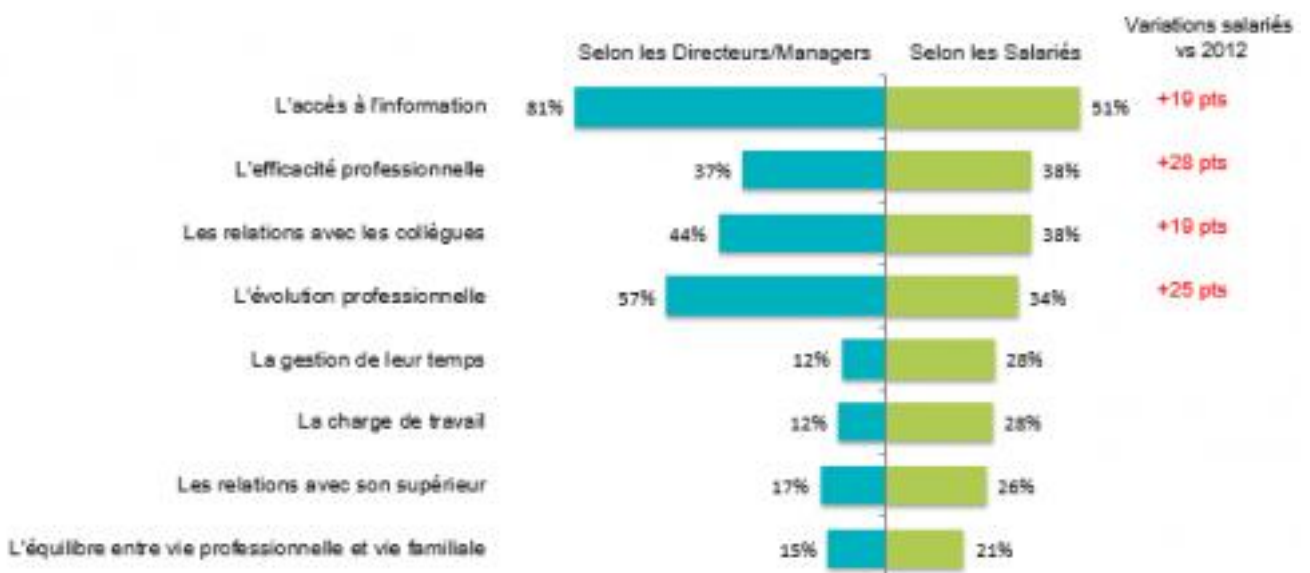
Une prise de parole plus libre sur les réseaux sociaux

Les salariés n'hésitent pourtant pas à prendre la parole sur ces réseaux pour parler de leur entreprise. Plus de **1 salarié sur 3 communiquent des informations de son entreprise sur les réseaux sociaux**... Principalement sur les produits ou services ; le management ou le climat de travail. Ces avis sont très majoritairement positifs ou neutres, les avis négatifs ne représentent que 3% à 7% des expressions. Une prise de parole plus forte, mais aussi plus prudente... A la question « *Lorsque vous vous exprimez sur les réseaux sociaux, avez-vous des craintes vis-à-vis de votre employeur/entreprise ?* » Ils étaient 42% à répondre « Non, aucune » en 2012. Ils ne sont plus que 21% en 2014... Une différence encore beaucoup plus marquée chez les 18-35 ans.

Il n'y a plus de vision manichéenne des réseaux sociaux. Ils sont aujourd'hui perçus, par les salariés comme par les dirigeants/managers, sans angélisme ni diabolisation. Ce sont des outils, ni bons ni mauvais « en soi ». tout dépend de l'utilisation qui en est faite. Après une phase logique de découverte et d'appropriation, les réseaux sociaux sont aujourd'hui « apprivoisés » et leurs utilisateurs ne paraissent plus démunis dans leurs usages. Cette maturité est d'ailleurs visible à tous les âges. Autre signe d'une moindre appréhension des salariés, 46 % d'entre eux acceptent ou sollicitent les demandes de mises en relation avec/de la part de leurs patrons ; **un chiffre en hausse de +154 % depuis 2012** ! Les réseaux sociaux tendent à effacer l'autorité « verticale », en ligne avec l'évolution actuelle du mode managérial.

Un impact bénéfique dans le travail

Quelles incidences positives ont les réseaux sociaux sur l'activité des salariés ?



L'impact positif des réseaux sociaux sur l'activité quotidienne des salariés évolue très nettement : 51 % des salariés estiment que les réseaux sociaux ont une incidence positive sur leur accès à l'information (+ 19 pts vs. 2012), 38 % sur leur efficacité professionnelle (+28 pts vs. 2012).

Pour Patrick Galiano, expert Cegos en formation à distance, « dans l'appréhension des incidences positives des réseaux sociaux, les différences les plus visibles entre managers et salariés ont trait à l'efficacité professionnelle, la gestion du temps, la charge de travail, les relations avec le supérieur hiérarchique. Autrement dit, c'est bien le rôle central des ressources humaines dans la digitalisation du travail dans l'entreprise qui transparaît ici. D'ailleurs, dans l'activité professionnelle proprement dite, les réseaux sociaux sont utilisés par les salariés d'abord dans une logique de partage et de communication et peu pour travailler ensemble. Côté managers, l'usage business est encore peu développé. »

Un usage « business » des réseaux sociaux encore peu développé



Les salariés utilisent ces outils sociaux selon leur vocation première : entretenir et agrandir son réseau professionnel (51%), communiquer avec des collègues (41%), exerce une veille (34%)... Rien d'étonnant à ces résultats. Mais pourtant. On aurait pu s'attendre à un usage plus exercé, plus mature de ces outils, surtout du côté des managers. Or l'usage « business » est très peu répandu. Moins d'un directeur ou manager sur dix utilise les réseaux sociaux pour prospecter ou vendre. Idem pour la gestion de la relation-client : directeurs et managers sont moins de 20 % à les utiliser dans ce but.

En revanche, l'usage Ressources humaines devient significatif puisque 32% d'entre eux utilisent les réseaux sociaux pour recruter de nouveaux collaborateurs.

Une présence accrue sur les réseaux sociaux

Votre entreprise est-elle présente sur les réseaux sociaux (page Facebook, compte Twitter, groupe Viadeo,...) ?



29 % des salariés (+12 pts vs. 2012) et 86 % des dirigeants/managers (+42 pts) disent savoir que leur entreprise est présente sur les réseaux sociaux.

Facebook demeure le réseau social prioritaire pour les entreprises :

« Globalement, la communication (visibilité, image, notoriété) constitue la première motivation à la présence online (80 % en moyenne). Mais des différences intéressantes sont à noter au regard de la taille et du secteur d'activité des entreprises. Les réseaux sociaux sont davantage utilisés pour la relation-client et le recrutement par les grandes entreprises, quand les PME privilégient la communication. De même, le commerce et la distribution utilisent davantage les réseaux sociaux comme un nouveau canal de vente, alors que les entreprises du secteur banque/assurances visent d'abord la notoriété de leurs marques », détaille Patrick Galiano.

Usages et impacts des réseaux sociaux et du digital dans l'entreprise

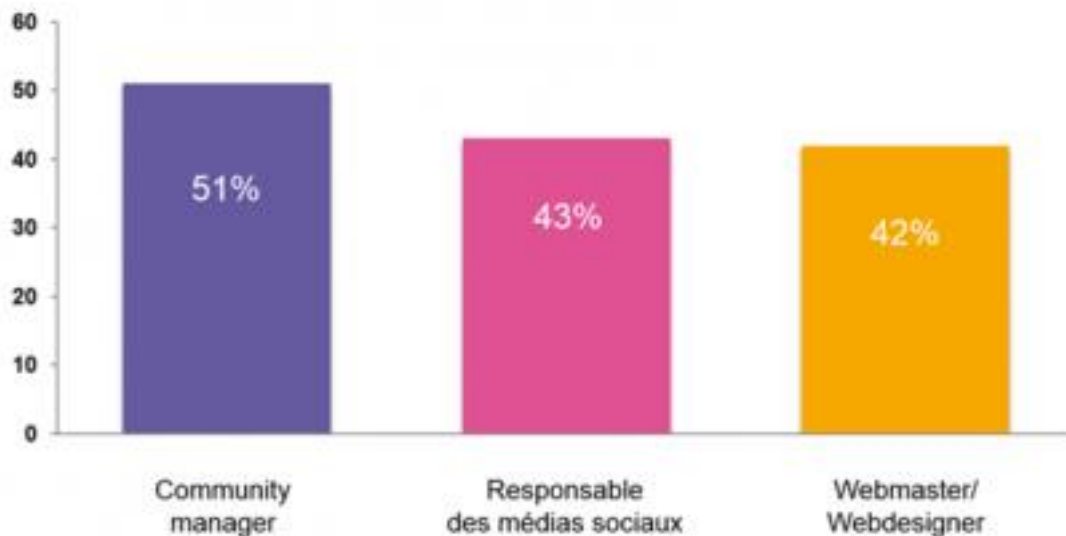
ENQUÊTE – Le digital crée un métier dans une entreprise sur deux. Les réseaux sociaux d'entreprise se développent. Les directeurs du Digital arrivent. Mais l'accompagnement des managers et des salariés laisse à désirer. Dernières conclusions de l'étude Cegos 2014 « Usages et impacts des réseaux sociaux et du digital dans l'entreprise ».



Les réseaux sociaux créent des nouveaux métiers dans une entreprise sur 2



OUI, pour 51 % des dirigeants d'entreprise, de nouveaux métiers liés aux réseaux sociaux sont apparus



Les Community managers cités en premier

A la question « De nouveaux métiers, liés aux réseaux sociaux, sont-ils apparus dans votre entreprise ces dernières années ? » Plus de la moitié des dirigeants/managers répond « oui ». Bonne nouvelle donc, les réseaux sociaux créent donc de nouveaux métiers dans une entreprise française sur deux.

Ces entreprises offrent d'abord un job... aux community managers, le métier le plus cité par les directeurs/managers (51%).

Ce qui revient à dire qu'**une entreprise française sur quatre a un community manager** (dans les entreprises de plus de 50 salariés). Les entreprises ont donc commencé par viser l'opérationnel, en dotant leurs organisations d'un community manager, métier officiellement entré, il y a peu, au [Répertoire national de la certification professionnel \(RNCP\)](#).

Le community management est donc devenu, en quelques années, une activité

professionnelle intégrée par les entreprises, et non plus une expertise seulement réservée aux agences, aux start-up et autres pure players.

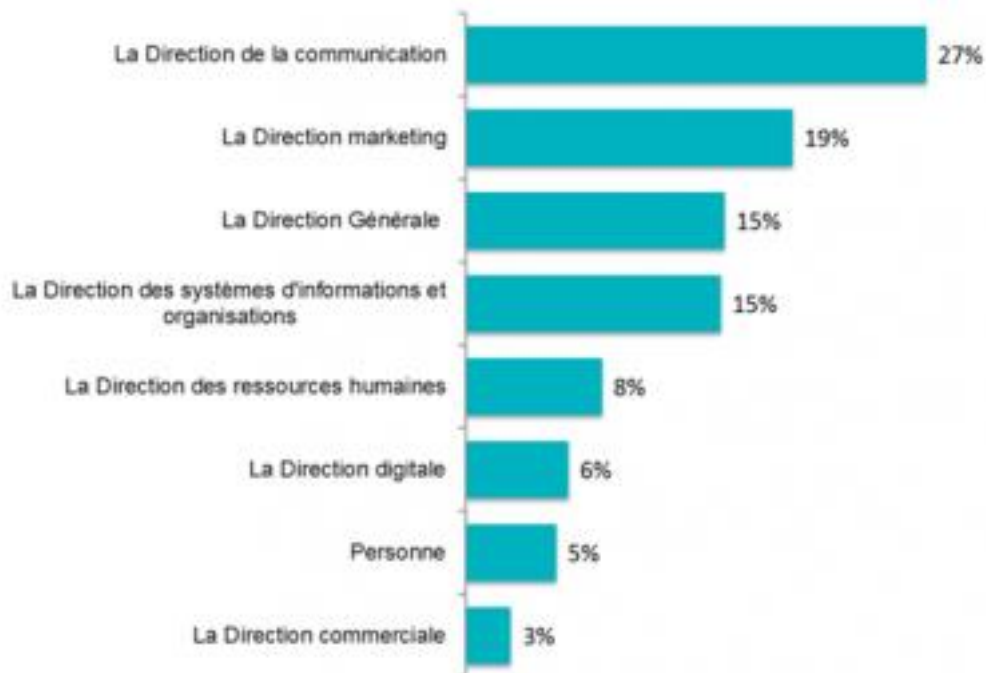
Mais le numérique crée aussi des postes plus stratégiques dans les entreprises puisque les fonctions de **responsable médias sociaux sont immédiatement cités ensuite** (43%). Preuve que les entreprises ont pris la mesure des enjeux stratégiques des réseaux sociaux et du digital dans leur activité.

Les webmasters ne sont pas oubliés et sont cités en troisième position (42%) ; dans les PME les webmasters prennent souvent en charge les missions de community management en lien avec leur expertise du web.

Les Directeurs du digital font leur apparition



Pilotage des réseaux sociaux : encore peu de directions digitales



La Communication (27%) et le Marketing (19%) sont aujourd'hui les directions qui pilotent les réseaux sociaux dans l'entreprise. Mais les directions digitales (6%) font une apparition modeste dans les organisations. Leur présence est encore faible en France alors que la fonction de Chief digital officer est plus représentée outre-atlantique. Une mission déployée dans la perspective plus large de la transformation digitale de l'entreprise. Lire : [Chief Digital Officer : un directeur du Digital pour l'entreprise](#)

Le réseau social d'entreprise gagne du terrain

Près de 30 % des personnes interrogées (+11 pts vs. 2012) pensent que leur entreprise dispose d'un réseau social interne et près des 2/3 l'utilisent. Le réseau social d'entreprise gagne du terrain et cette évolution semble progressive puisque 19 % des entreprises envisagent d'en créer un. Même si de nombreux obstacles culturels et manageriaux doivent être surmontés, lire à ce sujet : [Ce que changent les réseaux sociaux d'entreprise.](#)

Les outils collaboratifs se répandent, surtout la visio

Parmi la palette d'outils collaboratifs aujourd'hui disponibles dans l'entreprise, **les outils de conversation et de travail collaboratif sont les plus répandus** : 76 % des dirigeants/managers utilisent la visio-conférence, 45 % des salariés la messagerie instantanée. Les outils de contenus (plateforme de formation du type e-learning, blogs, wikis, web TV...) sont les moins utilisés, par les deux populations interrogées.

Ces constats illustrent bien les évolutions des modes de travail : l'unité de lieu « physique » de l'entreprise perd du terrain, au profit des espaces du travail à domicile, des espaces de co-working, des tiers-lieux. Ces phénomènes sont surtout visibles dans les petites organisations de type start-up, mais les grandes entreprises seront elles-aussi amenées à redéfinir les manières de travailler.

Mieux informer et mieux encadrer : une volonté stratégique peu suivie d'effets au quotidien

Chez les **dirigeants** : **42 % d'entre eux pensent qu'il existe, dans leur entreprise, une charte ou des règles qui précisent la manière de s'exprimer sur les réseaux sociaux** (+19 points vs. 2012). **Mais 60 % d'entre eux admettent n'avoir proposé, à leur niveau, aucune action** d'information/prévention concernant l'usage des réseaux sociaux !

Et si, en la matière, les freins venaient des dirigeants et des managers eux-mêmes ? En effet, ces derniers croient plus que les salariés à l'apport positif des outils collaboratifs (en termes de productivité, d'organisation et de communication). Mais, dans la pratique, **1 dirigeant/manager sur 2 avoue peu utiliser tous les outils disponibles et avoir du mal dans la manipulation de ces outils** (vs. 12 % des salariés dans les deux cas !). De même, **62 % pensent ne pas être suffisamment informé sur l'usage de ces outils, contre 23 % des salariés**. En la matière, les dirigeants/managers paraissent être des croyants peu pratiquants.

« Les salariés peuvent être les fers de lance des mutations en cours : 6 sur 10 ont conscience de la digitalisation de leur environnement de travail ; et 8 sur 10 ne la perçoivent pas comme une source d'inquiétude. Notre enquête montre que les réseaux sociaux ont créé un nouveau métier dans une entreprise sur deux : c'est une proportion très importante au regard de la 'jeunesse' de ces outils. Les ressources humaines ont tout à gagner à s'appuyer sur cette prise de conscience positive des salariés pour relever le défi de la transformation digitale. », conclut Patrick Galiano.