

**KPMG : Les réseaux sociaux, source de motivation et d'engagement des salariés**  
**Internet**

Posté par : JulieM

Publié le : 19/1/2012 13:30:00

L'accès aux **réseaux sociaux dans l'entreprise** renforce la **motivation et l'engagement des salariés**. Près de 75% des employés interrogés s'attendent à pouvoir accéder aux réseaux sociaux lorsque leur entreprise les utilise à des fins marketing. En conséquence, bloquer l'accès à ces applications risque de créer une frustration au sein des employés.

Un tiers des collaborateurs passe outre cette interdiction et contourne les protocoles de sécurité de leur propre ordinateur pour satisfaire leur besoin de communication, introduisant un risque accru pour la sécurité informatique. Les entreprises qui restreignent les connexions aux réseaux sociaux s'engagent dans une bataille perdue d'avance.



L'accès aux **réseaux sociaux a également des conséquences positives** sur la motivation du salarié et son engagement au sein de l'entreprise : le niveau de satisfaction au travail des employés interrogés est plus élevé dans les entreprises qui autorisent l'accès aux réseaux sociaux (63 %), qu'au sein des entreprises qui en restreignent l'accès (41 % de taux de satisfaction). En réponse à cette situation, 61,6 % des entreprises interrogées ont mis en place une politique de sécurité visant à réguler l'utilisation des réseaux sociaux au travail. Plus de la moitié des entreprises proposent à leurs employés une formation appropriée pour mieux les éduquer et les informer en vue d'une utilisation saine et responsable. Mais si 57 % des cadres dirigeants sont conscients que leur entreprise a mis en place une politique de sécurité dédiée aux réseaux sociaux, seuls 40 % des employés sont au courant du contrôle de l'utilisation des réseaux par leur entreprise.

**Avec une formation adaptée**, les employés peuvent devenir des porte-parole efficaces pour l'entreprise et contribuer à son développement commercial ainsi qu'à la valorisation de l'image de marque. En effet, plus de la moitié des employés (57 %) qui ont reçu une formation spécifique à l'usage des réseaux sociaux sont susceptibles de diffuser des messages positifs sur l'entreprise à contre seulement 36 % des employés qui n'ont pas reçu de formation.

«Les réseaux sociaux établissent désormais un lien direct entre les entreprises et leurs marchés : culture institutionnelle de l'image des marques, animations de la relation clients, extension de la sphère de notoriété par capillarité au sein des communautés... mais ils deviennent aussi des environnements de plus en plus naturels et ouverts au sein de ces entreprises

elles-mêmes, notamment comme alternative aux mails pour la communication interne ou le pilotage des projets. Ce double enjeu rend donc essentielle aujourd'hui la maîtrise des codes des réseaux sociaux afin d'en faire de véritables leviers. À», indique Marie Guillemot, Associée, responsable du secteur Technologie, Média, Télécommunications de KPMG en France.

### **Des avantages réels qui l'emportent sur les risques encourus**

Les entreprises interrogées déclarent utiliser les réseaux sociaux à des fins promotionnelles (66 %) et de développement commercial (62 %) ou encore pour améliorer la relation client (59 %) et valoriser leur image de marque (59%), mais aussi dans le cadre du recrutement (58 %) et du développement de l'innovation (57 %).

Si l'utilisation des réseaux sociaux dans l'entreprise continue de susciter quelques craintes, les risques sont clairement compensés par de nombreux avantages : en effet, 80 % des entreprises qui ont adopté une stratégie ont constaté un bénéfice réel des réseaux sociaux sur leur activité : près de 9 répondants sur 10 évoquent le partage des connaissances (88,8%) et l'amélioration du bien-être au travail (86,9%), plus de 80 % déclarent cultiver leur réseau relationnel (84,8 %) et générer des gains de productivité (81,9%), et ils sont 79,3 % à indiquer que le profil public de leur société a été amélioré grâce à la participation des employés.

La sécurité informatique constitue le risque principal constaté par 49,2 % des personnes interrogées, suivie par la consommation de bande-passante pour 45,6 %, la baisse de productivité des employés liée à une perte de temps

pour 35 %, la crainte de la diffusion des données sensibles pour 22,1 % et enfin une image négative de l'entreprise

pour 19 %.

### **Les marchés émergents plus dynamiques que les pays développés dans l'usage des réseaux sociaux**

70 % des entreprises dans le monde sont présentes sur les réseaux sociaux. Les pays développés sont plus réticents à utiliser ces réseaux sociaux dans l'entreprise que les marchés émergents, plus réceptifs à ces nouvelles technologies en raison notamment de procédures informatiques moins contraignantes que celles des marchés matures et grâce à la baisse rapide des prix de l'accès à Internet et du matériel informatique. Dans certains cas, les pays émergents préfèrent renoncer à utiliser les systèmes de messagerie électronique existants, qui sont inefficaces ou peu fiables, au profit des réseaux sociaux, qui permettent une communication plus rapide et plus cohérente.

Les entreprises interrogées en Chine, Inde et Brésil sont en moyenne 30 % de plus que celles des marchés matures à utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir leur activité.

« L'adoption pour les nouvelles technologies et la recherche d'une alternative aux systèmes de messagerie traditionnels ont amené les acteurs économiques dans les pays à forte croissance à devenir les premiers utilisateurs mondiaux des réseaux sociaux. Ce leadership des pays émergents devrait conduire les entreprises françaises, pour rester compétitives, à poursuivre leurs innovations stratégiques de communication sur les médias sociaux et à insuffler une nouvelle dynamique à la collaboration au sein de leurs équipes », précise

**Marie Guillemot**, Associée, responsable du secteur Technologie, Média, Télécommunications de KPMG en France.