

DIGITAL WORKPLACE ET SI L'INNOVATION, C'ÉTAIT AUSSI POUR LES EMPLOYÉS ?

Dans le monde, chez les 18-34 ans, 82 % considèrent que l'environnement technologique est un critère de choix pour s'engager dans un job, et 42 % déclarent qu'ils pourraient le quitter si ce Workplace n'était pas au niveau de leurs attentes¹. 47 % des salariés de l'Union Européenne se sentent incompetents dans l'utilisation des outils numériques qui sont mis à leur disposition².

Et pourtant, plus que jamais, l'environnement de travail :

- / est un critère conditionnant la satisfaction des collaborateurs vis-à-vis de leur entreprise, la face émergée de l'expérience employé. L'environnement de travail devient un composant majeur de la promesse employeur, une réponse aux attentes de « symétrie des attentions » entre la digitalisation client et la digitalisation interne. Attractivité, fidélisation, image, engagement sont à la clé ;
- / est un levier de performance et d'efficacité, un catalyseur essentiel de la transformation vers de nouveaux usages et des nouveaux modes de travail : collaboration, télétravail, mobilité, flex office, etc. ;
- / peut et doit lui aussi incarner et soutenir les nouvelles valeurs de l'entreprise à l'ère du digital : transversalité, ouverture, modernité, écoresponsabilité, innovation, ...

Alors que les technologies (mobilité, cloud, intelligence artificielle, internet des objets, etc.) décuplent chaque année les possibilités, la plupart des employés de grandes entreprises affirmeraient sans doute encore qu'aucune grande évolution n'est à déclarer depuis l'apparition des smartphones.

Et si l'innovation d'aujourd'hui allait révolutionner demain le quotidien des employés ?

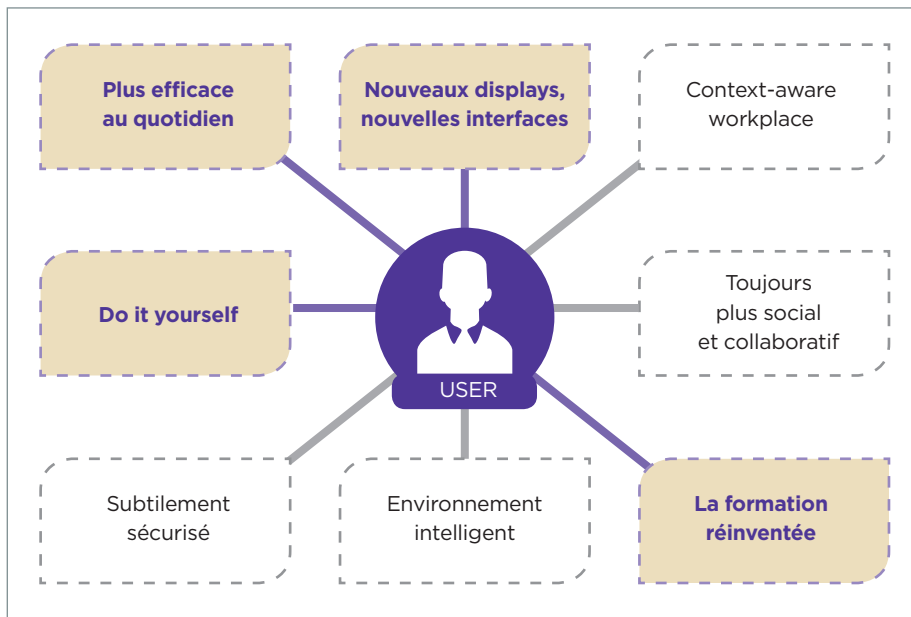
Découvrons ensemble, illustrées par quelques startups d'un écosystème foisonnant, 8 tendances à suivre pour penser le workplace de demain.

CONTACT



FLORENCE NOIZET
florence.noizet@wavestone.com

Les 8 tendances à suivre pour penser le workplace de demain



4 premières tendances sont à placer sur le devant de la scène. S'appuyant sur des technologies à forte actualité - comme l'intelligence artificielle - apportant un potentiel important de révolution des usages, elles émergent dans un marché foisonnant !

CLEVVY, PLUS EFFICACES AU QUOTIDIEN

Allons-nous enfin sortir de l'enfer du mail ? Accusé de tous les maux, source d'addiction, de stress, d'interruption permanente et d'inefficacité, le mail poursuit pourtant tranquillement sa croissance. Et ce sont les chiffres qui le prouvent : dans le monde, la croissance attendue est de 20 % entre 2016 et 2020, avec un total de plus de 250 milliards de mails³... Les cadres passent en moyenne 5 heures par jour à traiter leurs mails⁴.

Ce fléau moderne verra certainement sa résolution dans un usage réinventé de nos différents canaux de communication, entre les réseaux sociaux, les espaces collaboratifs, les fils de discussion et les messageries instantanées. Mais loin de compter sur le « zéro mail », certaines startups comme Timyo ou Gwapit proposent d'ores et déjà des systèmes malins pour traiter plus efficacement nos boîtes mails engorgées.

De manière plus générale, les solutions qui nous rendront plus efficaces au travail n'en sont qu'aux prémices de leur potentiel. L'intelligence artificielle est clé, et les premiers cas d'usages apparaissent clairement dans le quotidien des employés :

Pouvoir se décharger de tâches sans valeur ajoutée et consommatrices d'énergie : à l'action, l'assistante virtuelle Julie Desk, qui programme les réunions à notre place ;

Accéder plus facilement à l'information : c'est ainsi que la startup Clevy propose aux entreprises de créer simplement leurs propres chatbots pour renseigner efficacement leurs salariés sur tous les services du quotidien (RH, IT, etc.) ;

Accélérer la réponse aux e-mails : citons la solution Yseop, qui par exemple, propose automatiquement aux conseillers de clientèle des réponses personnalisées aux e-mails clients, en langage naturel, sur la base de règles métier.

NOUVEAUX DISPLAYS, NOUVELLES INTERFACES

Véritables stars du salon VivaTechnology à Paris en juin 2017, la réalité virtuelle et la réalité augmentée ont fait sensation avec des démonstrations surprenantes de réalisme, annonçant ni plus ni moins l'arrivée imminente de prochaines grandes révolutions technologiques. Si leur évolution se poursuit à un rythme toujours plus effréné, elles devraient transformer

notre quotidien en tant que consommateur et ainsi nous proposer des expériences radicalement différentes.

Qu'en sera-t-il dans le monde de l'entreprise ? Même s'il peut prêter à sourire d'imaginer un univers de type Minority Report dans nos actuels openspaces, de premières apparitions timides nous laissent deviner notre futur en visioconférence 3D immersive, en hologrammes ou en réalité augmentée. Et les premières applications concrètes s'invitent dans le domaine de la formation. Par exemple, il devient possible d'expérimenter sans risque et à coût réduit des gestes métier en environnement industriel ou, pour les techniciens terrains, de visualiser les notices associées aux pièces qui sont sous leurs yeux via un casque d'une toute nouvelle génération.

Et si demain, nous quittions nos interfaces tactiles pour tous parler à haute voix ? Avec l'arrivée progressive de la retranscription vocale ou des assistants vocaux intelligents, la voix elle aussi fait sa révolution dans le monde des interfaces. Il y a fort à parier qu'une fois l'expérience réussie et étendue à un grand nombre de consommateurs finaux, nos GAFAM et leurs assistants (Google Now et Assistant, Apple Siri, Facebook, Amazon Echo Alexa et Microsoft Cortana) s'attelleront aux usages de la voix en entreprises.

LA FORMATION RÉINVENTÉE

L'accélération des transformations, l'évolution technologique permanente, la dynamique d'innovation, etc. : tout cela impose de repenser les dispositifs de formation. Le cœur du sujet implique de répondre à des questions de fond. Quels parcours pour nos collaborateurs ? Comment soutenir et même garantir une véritable formation continue ?

Mais c'est aussi un sujet de forme. Quand on a goûté à des formats réinventés, plus question de passer la journée dans une formation qui nous rappelle dangereusement l'école, à écouter et prendre des notes.



3- Radicati Group

4- Adobe 2015

Les sciences cognitives nous amènent à mieux comprendre ce qui favorise l'apprentissage : priorité aux formats courts, aux messages simples et répétés, à la qualité de l'expérience. Les formations physiques se transforment, se rapprochent d'une expérience de séminaire où les moments d'apprentissage se mêlent au partage, à la co-construction, à la manipulation concrète.

C'est également là que l'outil digital prend toute sa place. Fini l'ennuyeux e-learning traditionnel, place aux messages courts, aux capsules de micro-learning, aux quizz et autres serious games. Les formations deviennent sur-mesure, personnalisées.

Pour répondre à cette mutation, on peut plus que jamais parler d'un secteur foisonnant comme l'en témoigne en France l'activité du Lab RH. Nous pouvons également mettre en exergue quelques start-ups telles 2Spark (voir ci-dessous) ou Domoscio qui font preuve d'expériences concluantes.

Un accès simple et direct à l'information interne de l'entreprise



Les entreprises qui réussissent aujourd'hui sont celles qui ont preuve d'agilité et qui innovent en permanence. La transformation est donc au cœur de toutes les stratégies. Pour mener à bien cette conduite du changement, il est nécessaire d'améliorer l'engagement des collaborateurs et d'accélérer la courbe d'apprentissage.

La solution 2Spark permet d'améliorer significativement l'appropriation des nouvelles pratiques, leur mise en œuvre au sein de l'entreprise et cela en 1 minute par jour seulement. Elle utilise toute la puissance du digital, indispensable pour la réussite de la conduite du changement et des plans de transformation stratégiques et opérationnels.

DO IT YOURSELF

Le Workplace peut-il lui aussi incarner la tendance Do It Yourself ? La vague est véritablement lancée autour d'une promesse : démocratiser au plus grand nombre de collaborateurs des outils auparavant réservés à des spécialistes pour leur permettre de gagner en autonomie dans leurs actions quotidiennes.

En privilégiant la simplicité d'usage, la couverture de besoins simples mais souvent courants, l'écosystème foisonne déjà ! Nous retenons d'ailleurs 3 exemples :

/ Le développement d'applications simples sans savoir coder, pour faire soi-même ses propres applications mobiles ou ses propres chatbots ;

Spielberg et Besson n'ont qu'à bien se tenir



Vous pensez que la création de vidéos de qualité requiert des compétences techniques pointues, prend énormément de temps et reste très chère ?

Pitchy, prix coup de cœur Skake Up (l'incubateur de start-ups de Wavestone) en 2017, va vous faire changer d'avis.

Fondée en 2013, cette start-up propose une solution SaaS de création et d'éditions de vidéos en entreprise, avec l'objectif de rendre la génération de contenus vidéo plus accessible, plus rapide et plus économique.

Pitchy relève ce défi en mettant à disposition des services d'expertise et des modèles personnalisables de bout en bout, depuis la définition de la stratégie vidéo, la rédaction du story board, le choix de l'univers graphique, le montage personnalisé du contenu, la diffusion et la mesure de l'impact.

Ces modèles sont adaptables aux besoins spécifiques des métiers des entreprises.

Quelques exemples :

- Commercial, pour la réponse aux appels d'offres en vidéo ;
- Ressources humaines, pour le recrutement, les MOOC ;
- Communication, en interne ou en externe ;
- Marketing, pour le lancement d'un produit...

À l'ère où de plus de plus de données sont échangées au format vidéo, comme en atteste le succès sans frontière de YouTube, le support vidéo devient incontournable.

/ L'accès à des services « Studio », pour créer ses propres vidéos (un exemple avec Pitchy, voir ci-dessus), ses infographies, ses présentations impactantes ;

/ Des possibilités simples de traitement et d'analyse de données, avec la création de ses propres vues de datavisualisation...

À force de nouveautés, on en oublierait presque les fondamentaux. Suivons 4 autres tendances, qui sont aujourd'hui sans doute moins directement sur le devant de la scène et qui pourtant, elles aussi, devraient véritablement transformer notre expérience collaborateur.

TOUJOURS PLUS SOCIAL ET COLLABORATIF

L'environnement de travail de demain soutiendra, toujours plus, les pratiques collaboratives et sociales de l'entreprise.

En environnement grand compte, le cœur du Workplace collaboratif et social (et les innovations associées), reste bien sûr charpenté autour des solutions des grands acteurs du marché : Google, IBM, Microsoft. Mais un écosystème foisonnant s'y connecte, les API facilitant leur intégration se développent, faisant tomber une partie des barrières entre notre univers personnel et professionnel.

Au-delà, les applications de collaboration sur des usages ciblés se multiplient. Deux start-ups accompagnées par Shake'Up, l'incubateur de Wavestone, illustrent parfaitement ces usages :

/ **Beekast** améliore l'interactivité de nos séminaires. La start-up compte déjà plus de 300 clients (Crédit Agricole, Dassault Systèmes, EDF,...) ;

/ **Kinov** place le collaborateur au cœur de la démarche Open Innovation de grands groupes. Il s'agit d'une plateforme accessible à l'ensemble des collaborateurs, sur laquelle ils retrouvent notamment un fil d'actualité alimenté chaque jour par des fiches start-up qu'ils vont ainsi pouvoir liker, commenter, partager. L'objectif est double : générer un maximum d'engagement des équipes, très en amont des projets d'innovation, et identifier très facilement des sponsors internes pour travailler avec des start-ups externes.

CONTEXT-AWARE WORKPLACE

Que cache ce terme un peu barbare ? Tout simplement un environnement de travail qui me connaît (moi, son utilisateur principal), qui analyse mes comportements pour m'aider dans ma prise de décision, m'apporter un meilleur support, me proposer une information utile au bon moment, qui me permet de construire et d'étendre mon réseau, qui soutient ma mobilité sans couture, etc. Mais finalement, le workplace va-t-il devenir LE véritable assistant de mon quotidien ?

Aujourd'hui se développent les premiers services de niche. Pour les illustrer plus concrètement, citons l'idée simple mais maline de Kimind en faveur de la « digital dexterity » chère aux anglophones : analyser les comportements individuels des employés sur leurs outils digitaux, et en évaluer la maturité, pour pouvoir leur apporter une aide très personnalisée (trucs et astuces, e-learning ciblés, ...) et ainsi concourir à une plus grande maîtrise des usages digitaux.



DES ESPACES DE TRAVAIL INTELLIGENTS

Avec le développement de nouveaux modes ou modèles d'organisation du travail (flex office, télétravail, équipes projets et communautés, agilité, open-innovation) vient le besoin de mieux connecter les espaces de travail au sens des locaux (Workspaces) et l'environnement de travail (Workplace). Bien que cela soit une évidence, peu de solutions véritablement nouvelles émergent sur le marché.

L'IoT apporte cependant de nouvelles possibilités, et ouvre la porte à des espaces mieux équipés et plus intelligents. Mesure de l'occupation des salles (Jooxter, le QuB connecté d'Axible, voir ci-dessous), ou objet connecté qui permet de commander un taxi à l'accueil ou de déclarer un incident sans effort sont autant d'illustrations de ce à quoi devraient ressembler nos espaces de demain !

Pour un usage optimale de mon espace de travail



Jooxter, spécialisée dans le domaine des objets connectés appliqués à l'environnement de travail, a développé une solution de type SaaS combinée à de l'IoT, pour la gestion dynamique des espaces de travail qui fluidifie leur gestion et facilite le quotidien des occupants.

Autrement dit, elle vise à répondre au besoin des entreprises qui cherchent à optimiser l'usage des mètres carrés.

À titre d'exemple, voici des usages que la solution permet :

- La possibilité de réserver à l'avance son poste de travail dans un environnement de type flex office ;
- La réservation d'un bureau de passage pour le travailleur nomade ;
- La recherche d'une salle de réunion disponible la plus proche (s'appuyant sur du Beacon) ;
- Le guidage indoor pour accéder à une ressource ou rejoindre un collègue ;
- La libération automatique des salles réservées lorsqu'elles ne sont pas occupées ;
- La mesure de l'occupation des espaces de travail (via des capteurs mesurant la « live occupation »).

Créée il y a trois ans, les solutions proposées par Jooxter ont déjà été retenues par des groupes tels que Sodexo, Vinci ou BNP Paribas.

SUBTILEMENT SÉCURISÉ

L'actualité récente des attaques de cybersécurité nous a encore rappelé les risques et les enjeux autour de ce sujet. Il apparaît comme une évidence que le Workplace doit développer un modèle qui intègre nativement la cybersécurité, dans un environnement de plus en plus ouvert.

Si l'on se place du point de vue de l'employé, sécuriser le Workplace, en préservant une expérience utilisateur de qualité et en respectant sa privacy, constitue un véritable défi.

Excédé(e) par la saisie fréquente de mots de passe pour l'accès à vos applications ? C'est au challenge d'une authentification moins intrusive que s'attellent quelques start-ups, et elles n'ont sans doute pas misé sur le marché le moins porteur. Derrière une même idée, plusieurs approches permettent d'améliorer notre expérience, comme l'authentification par mobile en second facteur (Inwebo) ou par biométrie comportementale, pour détecter en continu les situations sensibles ou inhabituelles (Biocatch, Behaviosec) ... à suivre dans les mois qui viennent !

LA RÉVOLUTION EST BEL ET BIEN LANCÉE

L'ère dans laquelle l'environnement de travail en entreprise évoluait par paliers, par grandes révolutions espacées de plusieurs années, soigneusement décidées et préparées (le mail, le laptop, le smartphone, ...) est définitivement révolue. De grands événements tels que le salon parisien VivaTechnology ou le CES de Las Vegas, riches d'enthousiasme et de créativité, nous le rappellent très directement.

La plupart des tendances présentées ici ne sont encore qu'au stade d'expérimentations ou de déploiements limités. Mais l'innovation

permanente, le foisonnement des solutions et la richesse des opportunités constituent désormais les nouvelles règles dans le domaine du Workplace, comme dans déjà bien d'autres domaines d'ailleurs.

Pour les grandes entreprises, il s'agira d'en tirer tout le parti. D'en faire une différenciation, un avantage compétitif. Le défi est de taille, car à l'échelle de grandes maisons ce sont plusieurs dizaines de milliers d'utilisateurs partout dans le monde qui sont concernés.

Aujourd'hui, nous affirmons avec force qu'il y a urgence à ne plus considérer l'environnement de travail des collaborateurs comme un simple poste de coût ou comme un unique sujet d'infrastructure IT.

Il s'agit dès à présent de penser le Digital Workplace comme un sujet d'entreprise, dans une approche B2E (Business to Employee). Améliorer notablement la qualité de l'expérience employé, franchir un cap dans le niveau d'adoption et de maîtrise des nouveaux usages, soutenir de nouvelles pratiques, sont les clés.

Pour ceux qui imaginent et construisent les services Workplace de leur entreprise, il s'agit ni plus ni moins de penser autrement. Etre agiles, trouver les clés pour mettre à disposition rapidement les meilleures solutions, offrir davantage de choix aux collaborateurs de manière sécurisée, tels sont les enjeux auxquels ces acteurs vont être confrontés. Il leur faudra travailler dans une vision plus large qui combinera les enjeux et compétences IT, RH, immobilier et métier. Mais également développer des savoir-faire auparavant dévolus à la relation client ou aux SI métier : écoute utilisateur, design thinking, agilité, marketing des services, communication digitale et conduite du changement, etc.

La révolution du Workplace a commencé !

WAVESTONE
www.wavestone.com

Wavestone est un cabinet de conseil, issu du rapprochement, début 2016, de Solucom et des activités européennes de Kurt Salmon (hors consulting dans les secteurs retail & consumer goods).

Dans un monde où savoir se transformer est la clé du succès, l'ambition de Wavestone est d'apporter à ses clients des réponses uniques sur le marché, en les éclairant et les guidant dans leurs décisions les plus stratégiques.

Wavestone rassemble 2 500 collaborateurs présents sur 4 continents. Il figure parmi les leaders indépendants du conseil en Europe, et constitue le 1er cabinet de conseil indépendant en France.