

Nouvelles technologies

L'ECONOMIE DE LA CONNAISSANCE : COMMENT EN TIRER PROFIT ?

Avis de professionnels

Séverine CHARLON

Grain's Créateur de Connaissance

Gestion des savoirs et de la formation en entreprise
Saint Saturnin Lès Apt,

Réseaux sociaux, avis de consommateurs, applications... Les nouvelles technologies donnent aux entreprises l'occasion de collecter des données qui sont désormais considérées comme des marchandises. Une « économie de la connaissance » dont il ne faut pas négliger l'effet « levier » dans la motivation de vos jeunes collaborateurs et dans le développement de votre entreprise.

Séverine CHARLON

En 2016, l'entreprise évoluera au cœur d'une nouvelle économie, appelée « Economie de la connaissance », très souvent assimilée à l'économie des nouvelles technologies.

Habituellement, les entreprises se définissent par la vente de produits et de services (vente de mobil-homes, vente de séjours, locations de mobil-homes ou de chalets). Aujourd'hui, le bien de consommation devient immatériel.

Dorénavant, les connaissances, considérées comme des biens immatériels, sont vendues comme des marchandises. Depuis la fin des années 90, près de 50 % de la valeur ajoutée du secteur des entreprises provenaient en moyenne des secteurs fondés sur le savoir (données OCDE). Aujourd'hui le phénomène se répand et ne concerne pas uniquement les départements R&D des grandes entreprises.

Pour la petite entreprise, l'économie de la connaissance s'illustre par les données collectées sur les applications, sur le site internet ou la page entreprise sur Facebook, les avis des clients sur Tripadvisor. C'est aussi les partenariats menés avec les écoles et les universités sur certains projets. Ce sont aussi les marques et brevets déposés auprès de l'INPI.

Pour vos collaborateurs, l'économie de la connaissance se traduit par les données E-réputation de l'établissement sur Tripadvisor ou Zoover, les recrutements sur les réseaux sociaux, les communautés de professionnels sur le Web.



Les tablettes mises à la disposition des vacanciers, permettent de générer des avis qui, mis à la connaissance des membres de l'entreprise, contribuent à la faire progresser.

Ce sont aussi les données non structurées qui circulent au sein de vos établissements, dans vos messageries, bases de données internes etc. (90 % des données globales).

L'économie de la connaissance est une nouvelle ère qui adopte au quotidien, les technologies de l'information ou de la communication (TIC) et le savoir. C'est une nouvelle ère où la connaissance collective au sein de l'établissement constitue un levier de développement d'une entreprise.

Un autre paramètre de l'économie de la connaissance, c'est l'accès en tout temps et en tout lieu au savoir. Concrètement, c'est un accès à des sources d'informations et de connaissances en partage sur internet, accessibles en ligne, via son smartphone et/ou sa tablette. Ces ressources en ligne, gratuites et disponibles, participent volontairement ou involontairement à créer un environnement où se génèrent de nouvelles connaissances pour les collaborateurs (permanents et saisonniers).

L'enjeu pour les organisations, petites et grandes, est d'apprivoiser au quotidien, ce nouvel environnement pour mieux gérer l'information et la connaissance. L'entreprise au sein de cette économie se transforme en une organisation « apprenante ».

**(S') informer
c'est savoir**

Avec l'influence croissante des jeunes collaborateurs dans les entreprises et l'expansion des nouvelles technologies dans notre quotidien, il est devenu primordial de remodeler l'environnement de travail pour qu'il soit plus flexible et plus transparent. L'idée principale est de dépasser une vieille conception, qui consistait à dire, le savoir est un

domaine réservé... Aujourd'hui, s'informer et savoir constituent à la fois une démarche naturelle et accessible à tous.

Des exemples comme Google ou Wikipédia permettent d'illustrer ce que signifie aujourd'hui le concept de connaissance et d'information.

En partant de cette réalité, des processus peuvent être mis en place pour faciliter le besoin grandissant de savoir et d'être informé en tout temps... à la fois pour les collaborateurs d'entreprises et les clients. Si l'on en croit les nombreuses enquêtes auprès des jeunes générations de collaborateurs, le développement de nouvelles compétences est considéré comme un facteur de motivation au travail.

Des outils en ligne permettent aujourd'hui de partager et échanger des connaissances, notamment les communautés / forums en ligne de professionnels. L'exemple de l'entreprise Lego permet de comprendre que la communauté, représentée par les fans de legos, a joué un rôle majeur dans le développement de l'entreprise. Les collaborateurs

En 1972, Kenneth Arrow, Prix Nobel d'Economie redéfinissait la conception de la connaissance, et l'associait volontairement à l'Information. Encore aujourd'hui, il existe un débat idéologique autour de ces deux concepts.

Selon Kenneth Arrow, la connaissance se caractérise de plusieurs manières :

- elle est incontrôlable,
- elle ne se détruit pas ou ne disparaît pas quand on la partage,
- la connaissance est cumulative. (1 connaissance + 1 connaissance = une tierce connaissance).

ACTUALITES

Nouvelles technologies

de l'entreprise ont même rejoint ces forums et ont pu collecter des informations importantes auprès des utilisateurs passionnés.

Partager son savoir, c'est mathématiquement créer de la richesse (1+1=3)

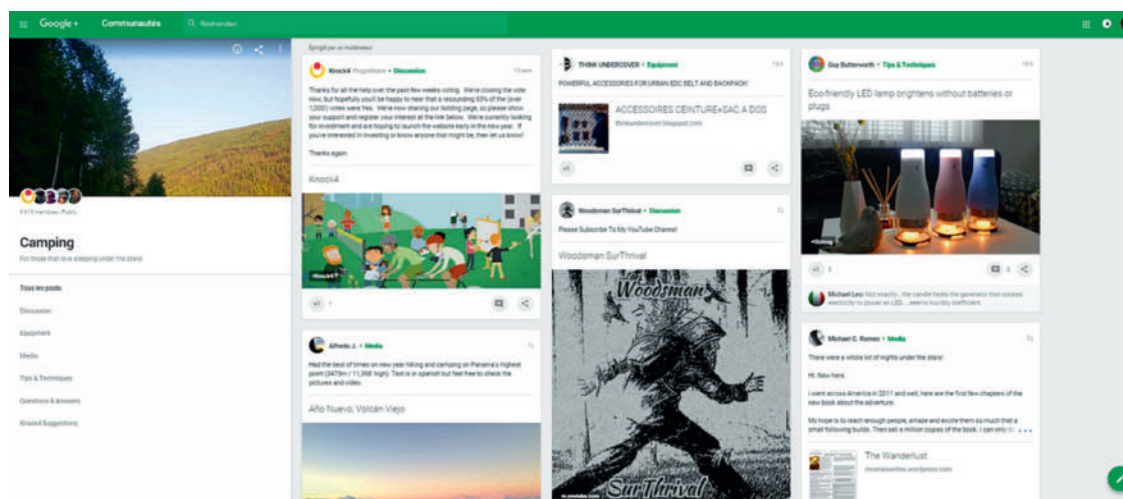
Force est de constater que la culture du secret est largement développée en France et ce, tant dans les relations interentreprises qu'entre différentes composantes d'une même entreprise.

Pourtant, les plus grandes réussites d'entreprises, comme Google et Wal Mart aux Etats-Unis ou Décathlon en France, sont des entreprises qui ont fait le choix de tourner l'ensemble de leur organisation vers des nouveaux modes de management permettant de concilier partage de l'information et décloisonnement de la production de connaissances.

La compétitivité d'une entreprise repose avant tout sur les compétences de ses collaborateurs et, par ce biais, sur la remise à jour régulière des connaissances. Idriss Aberkane, professeur et auteur d'un ouvrage intitulé « Economie de la connaissance » explique que le nouvel or noir des prochaines décennies ne sera plus le pétrole, mais bien la connaissance.

Pour une raison très simple, plus on l'utilise, et plus il s'en crée! Plus vous la diffusez et plus elle se multiplie... Une autre caractéristique, la connaissance ne s'use pas quand on se sert contrairement aux biens de consommation.

Lors d'un récent sondage organisé auprès de plus de 600 collaborateurs d'entreprises, nous avons posé la question: quels usages faites-vous d'internet? Près de 90 % des répondants mentionnaient « rechercher des informations » et « réactualiser leurs connaissances ».



Google + dispose d'une section permettant de créer des communautés en ligne, ouvertes ou privées. Plusieurs communautés en ligne, ouvertes à tous, existent déjà sur les professionnels et passionnés par le monde du camping.

facilement dans des forums en ligne ou à toute l'entreprise par messagerie. La question est de savoir si le collaborateur ne se pose pas la question de: suis-je autorisé à...

Une bonne idée ne reste pas ridicule longtemps!

En règle générale, le cycle de vie d'une idée nouvelle au sein d'une entreprise/organisation passe par trois étapes:

Si l'on prend l'exemple du Droit de vote des femmes, l'idée est au démarrage « ridicule », ensuite elle devient « dangereuse », et finit par être considérée comme « évidente »!

Prenez l'exemple des premières générations d'en-

Créer une communauté sur Google +

Google + est le réseau social de Google. Si vous disposez d'une adresse Gmail, vous avez accès à toutes applications de Google.

Pour créer une communauté sur Google + : se connecter avec son compte sur Google (en haut à gauche quand vous ouvrez le moteur de recherche).

Chercher l'icône et cliquer dessus.

Dans le menu à gauche, cliquer dans la rubrique communautés, ensuite choisir « Les Vôtres » et laissez-vous guider.



« Quand un collaborateur quitte l'entreprise, c'est aussi une masse d'informations qui quitte l'entreprise... »

Aujourd'hui, nous prenons conscience (nous admettons aussi) que les collaborateurs se forment majoritairement par eux-mêmes. On appelle cela l'apprentissage informel. Nous savons que 70 % de l'apprentissage s'organise sur leur poste de travail. Reste 30 % où l'apprentissage s'organise avec un collègue (tutorat) ou soit autour d'actions de formations traditionnelles ou en E-learning.

Il serait opportun de prendre en compte dans les entretiens annuels avec ses collaborateurs ce qui a contribué à la réalisation de ses missions (échanges entre collègues, recherche sur le Web, participation à des formations en ligne gratuite etc.) et de mesurer la connaissance acquise sur certaines thématiques... Quand un collaborateur quitte l'entreprise, c'est aussi une masse d'informations qui quitte l'entreprise...

Au quotidien, les collaborateurs collectent des ressources en ligne, à titre individuel. La promotion de ces ressources peut se communiquer aussi très

trepreneurs du « camping » dans les années 50 et 60, considérés comme des « insensés », sur la création de vraies entreprises d'hôtellerie de plein air.

Pour générer la libre circulation des idées et le partage de connaissance entre collaborateurs, une des caractéristiques majeures est de convenir déjà à tous les niveaux de management qu'une connaissance n'est pas rivale... ce qui signifie que plusieurs individus peuvent en bénéficier en même temps.

Pour tirer un bénéfice de ce processus, il est nécessaire d'ouvrir la production de connaissances à l'ensemble de l'entreprise et de mettre en place un environnement décloisonné, impliquant l'ensemble des salariés, à des moments de la journée ou de la semaine.

Valoriser la production de connaissance, c'est aussi accepter un mode d'organisation moins centré sur la spécialisation des tâches ou les strates de l'entreprise. Ces environnements de travail

ouvrent la voie à l'échange entre services et à la collaboration inter-fonctionnelle propre à la création de nouvelles idées, voir à créer des opportunités pour progresser et innover.

En cohérence avec cette nouvelle organisation du travail, la culture de l'entreprise évoluera pour accepter que les idées « brillantes » n'émanent pas forcément du haut et ne sont pas le fruit d'un seul individu. ■

Gas d'entreprise : Le rôle créatif des employés de Dollond & Aitchison

D&A est une chaîne d'opticiens du Royaume-Uni qui pense que « chaque idée est une bonne idée ». C'est pourquoi elle suit une stratégie interne dans laquelle chaque employé peut soumettre ses idées et suggestions directement au directeur général. Chacune de ces idées reçoit une réponse écrite du Directeur et si finalement elle est mise en œuvre, ils obtiennent une récompense sous forme de cadeau.

Exemple d'innovations nées à partir d'idées de ses employés: « Styleyes », qui consiste en un système informatisé d'analyse de la vue et l'envoi de lentilles de contact par courrier.