

# Quatre conseils aux gestionnaires TI indécis face aux médias sociaux

**Internet.** Du bureau ou de la maison, des employés parleront du travail sur Facebook.

par Alain McKenna > alain.mckenna@transcontinental.ca

## Les 8 défis des dirigeants TI

Ces gestionnaires jouent un rôle essentiel, mais pas toujours apparent, dans les fonctions de l'entreprise. Nous vous proposons un coup d'œil sur les enjeux auxquels ils font face.

4 de 8

Les entreprises pratiquent encore souvent la politique de la chaise vide en matière de réglementation de l'utilisation des réseaux sociaux par leur personnel. Selon une étude de la firme Nemertes Research, publiée l'an dernier, 50 % des entreprises n'ont aucune politique, 42 % bloquent l'accès aux Facebook et Twitter de ce monde, alors que 8 % seulement encouragent leur utilisation.

Voici quelques conseils pour les gestionnaires des technologies de l'information (TI) qui hésitent encore à prendre position sur cet enjeu de taille.

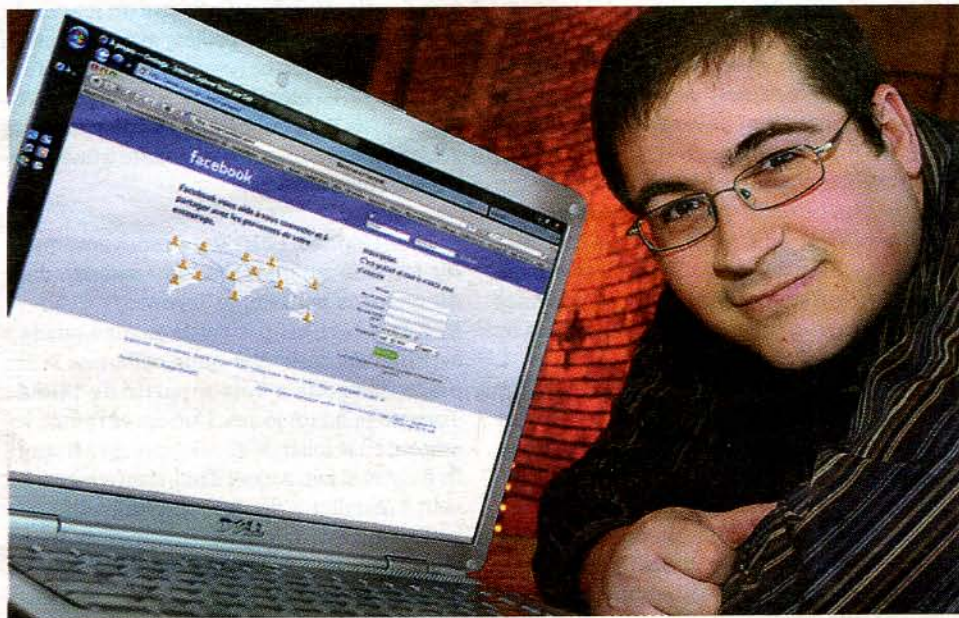
### 1 Conscientiser les employés

Comme l'a montré l'actualité des derniers mois, il n'y a pas de lieux totalement privés sur les réseaux sociaux. Internet regorge d'histoires où des employés ont été suspendus ou congédiés en raison de matériel publié sur leur page Facebook.

Par exemple, un enseignant du Saguenay-Lac-Saint-Jean a été congédié au printemps dernier après qu'un élève ait découvert une photo compromettante publiée sur sa page personnelle Facebook. L'enseignant semblait consommer de la drogue avec un groupe d'amis. La commission scolaire prétendait avoir d'autres motifs pour congédier son ex-employé.

Facebook a également modifié, l'automne dernier, sa politique à l'égard de la vie privée de ses 300 millions d'utilisateurs. Conséquence : les statuts des utilisateurs étaient publics par défaut, et la plupart d'entre eux ne s'en étaient pas aperçus.

« Les fondateurs de Facebook et de Google ont résumé cette question : la vie privée sur Internet, c'est fini », explique Sébastien Provencher, cofondateur du portail de recherche



Selon Nicolas Roberge, d'Ovologic, il ne faut pas empêcher les employés d'une entreprise de s'exprimer sur ce qui se passe dans leur milieu de travail, au contraire. [Photo : Martin Martel]

montréalais Praized et observateur des tendances dans ce domaine. Dès que quelque chose se retrouve sur le Web, on le sait. Il faut être à l'aise avec ce qu'on y publie.»

M. Provencher ajoute que c'est une des premières règles qu'un bon gestionnaire TI doit expliquer aux employés de son entreprise, quelle que soit la politique de la maison. Même si on limite l'accès aux réseaux sociaux au bureau, il serait illusoire de penser que les employés ne parleront pas de leur boulot de la maison. « Les gestionnaires des TI ne comprennent pas tous très bien les nouveaux médias. C'est un peu comme le téléphone, à une autre époque. »

### 2 Définir ce qui est d'ordre privé ou public

« Il ne faut pas que les entreprises perdent le Nord à cause des fuites, dit Nicolas Roberge, fondateur d'Ovologic, une société d'intégration de logiciels-services de Québec. De toute façon, elles ont toujours existé. »

En revanche, poursuit M. Roberge, il faut établir une politique claire sur ce qui, au sein de l'entreprise, est de nature publique et qui peut faire l'objet de remarques sur Internet, et sur ce qui est plutôt de nature privée. Selon lui, il ne faut pas empêcher les employés d'une

entreprise de s'exprimer sur ce qui se passe dans leur milieu de travail. Au contraire, en ayant une présence accrue dans le réseau personnel de nombreux internautes, une entreprise accroît sa notoriété.

« Si on souhaite avoir plusieurs clients, il faut être connu », dit l'entrepreneur québécois, qui recrute lui-même ses clients par l'entremise de LinkedIn et Twitter. Une présence informelle sur Twitter est un moyen de se faire connaître sans faire de prospection. Cela donne un visage à l'organisation. « Cette initiative crée un premier lien de confiance, et les gens seront davantage portés à aller vers vous », croit Nicolas Roberge.

### 3 Créer son propre réseau interne

Votre entreprise possède déjà ses propres serveurs et son réseau intranet ? Pourquoi ne pas y ajouter son réseau social avec un micro-blogue ? Cela permettra aux dirigeants TI de faire d'une pierre deux coups. D'abord, les premiers utilisateurs pourront prêcher par l'exemple, et donner une idée de ce qui est acceptable et de ce qu'il faut éviter d'écrire.

Mitch Joel, fondateur de l'agence de marketing numérique Twist Image, explique sur son blogue que deux des stratégies qu'il préco-

## REPÈRES

### Facebook en chiffres

**350 millions** : Nombre d'utilisateurs de Facebook dans le monde.

**55 millions** : Nombre de statuts mis quotidiennement en ligne.

**700 000** : Nombre d'entreprises qui ont une page active.

Source : Facebook

nise consistent justement à prêcher par l'exemple, et à commencer par développer des outils au sein de l'entreprise.

« Il se créera un "effet d'adoucissement", écrit-il sur son blogue. Plus vos employés seront à l'aise avec ces plateformes, moins ils vous causeront de craintes, et soudainement, tout le monde profitera de cette nouvelle collaboration. »

## 4 Utiliser des outils de veille

S'il fallait adopter et suivre de près chacun des nouveaux sites à caractère social qui voient le jour sur Internet, on en perdrait rapidement le sommeil. Cela ne signifie pas qu'on doive négliger leur potentiel pour autant. Simon Rouillier, cofondateur associé de l'agence Web NVI Solutions, de Montréal, conseille de ne pas prendre de risques et de réserver son nom de domaine le plus tôt possible.

« Même si elle ne l'utilise pas, l'entreprise évitera les mauvaises surprises, dit-il. Sinon, elle court le risque qu'un ancien employé ou qu'un concurrent s'en serve pour ternir son image. »

M. Rouillier ajoute qu'un tel site peut également devenir un lieu centralisateur pour certains types d'échanges entre la direction et les employés. Indirectement, il permet à l'employeur de surveiller l'activité de ces derniers, et de savoir qui s'en sert convenablement et qui en abuse.

Enfin, pour les gestionnaires TI qui ne veulent tout simplement pas jouer aux policiers des médias sociaux, il existe des outils qui feront ce suivi à leur place.

« Ils peuvent le faire en utilisant des services comme Google Alerts, dit le cofondateur de NVI Solutions. On apprend ainsi ce qui se dit au sujet de son entreprise. » ■