



# La bureautique digitale Le grand challenge

Par Christophe Coupez  
Consultant digital interne



PENSER AUTREMENT  
LES LIVRES BLANCS

# Introduction

Le mot « bureautique » a été inventé à la fin des années soixante-dix par [Louis Nauges](#). Le périmètre de ce recouvre ce mot est large ; chacun a sa définition.

Pour ma part, je dirais que ce sont tous les moyens de productivité personnelle qu'une entreprise met à la disposition de ses employés, en matériels, logiciels, connectivité, en moyens de stockage / collaboration / échanges, ainsi qu'en support et assistance.

Dans les grandes entreprises, la bureautique est souvent le parent pauvre de la DSI. Pas forcément en termes de budget (un mauvais service bureautique ne l'empêche pas d'être très cher), mais en termes d'ambition et d'image.

Dans la grande majorité des cas, la priorité est donnée à l'informatique commerciale, industrielle, bref à l'informatique « noble ». Pour un informaticien, la mutation au « pôle bureautique » est parfois vécue comme une relégation en seconde division.

« Ce serait oublier que la bureautique, c'est l'huile du moteur dans votre entreprise ».

La bureautique, c'est ce qui peut améliorer l'efficacité de vos équipes et leur plaisir au travail, ou au contraire ruiner leur productivité et leur casser le moral. Ça ne concerne pas que quelques personnes ou une seule direction, mais ça touche toute l'entreprise et tous les corps de métier, avec des attentes et des contraintes différentes.

Ce serait oublier également que la bureautique peut s'avérer un fantastique terrain d'innovations techniques et des usages. Il y a là des niches phénoménales d'efficacité et d'économie qui restent inexploitées, souvent par manque de vision et d'ambition.

Avant de devenir consultant en 2015, j'ai eu la chance en 2014 de pouvoir mener la digitalisation de la bureautique de Bouygues Telecom, en ma qualité de responsable du pôle intranet. Avec notre patron, avec mes collègues, nous avons mis en place toutes les briques d'une bureautique moderne qui avait été baptisée « bureautique digitale ». C'est l'objet de cet article.

# La bureautique analogique

Pour opposer vieille et nouvelle bureautique, certains aiment parler de Bureautique 1.0 versus la bureautique 2.0. Je ne le ferai pas, parce que la mention 2.0 évoque des usages collaboratifs essentiellement. Certes, il y a du collaboratif dans la nouvelle bureautique, mais pas uniquement. Pour ces raisons je préfère parler de « bureautique analogique » versus la « bureautique digitale ».

J'appelle donc « bureautique analogique » la bureautique du siècle dernier, en termes d'usages, de postures, de processus et d'outils. Je vais vous en parler un peu, en exagérant volontairement le trait je le concède, mais pas tant que ça.

La bureautique analogique c'est avant tout une bureautique construite sur des processus métier et d'entreprise qui ont été écrits il y a longtemps pour servir avant tout une gouvernance très industrielle.

## « La bureautique analogique est une bureautique bureaucratique »

C'est une bureautique contrainte le plus souvent de processus obsolètes empilés au fil du temps, avec des validations à toutes les étapes.

C'est ce type de bureautique qui fait qu'une simple demande d'attribution de droits sur un serveur de fichiers nécessite un délai de plusieurs semaines tout simplement parce que le responsable hiérarchique du collaborateur n'a pas encore validé la demande (*en fait, il n'a pas vu la notification* ☺), ce qui empêche le directeur du département (*parti deux semaines en vacances* ☺) de valider à son tour. Pendant ce temps, le collaborateur ne peut pas travailler, ce que ne manque pas d'ailleurs de lui reprocher sa hiérarchie.

Dans la bureautique analogique, l'utilisateur est perçu comme un grain de sable dans la machine. C'est le rôle de service dont on aime se moquer parfois dans les équipes du département bureautique, par ce qu'il se plaint continuellement des délais, des problèmes, des services. Pourtant, souvent à juste titre.

Dans la bureautique analogique, quand un utilisateur se plaint, on lui envoie par mail copie du « contrat de service » qui stipule noir sur blanc que :

*« Pour toute demande de droit d'accès le service bureautique répond à la demande dans un délai maximum de 20 jours ouvrés, hors délai de validation par deux niveaux de hiérarchie du demandeur qui sort du périmètre de responsabilité du service bureautique ».*

La bureautique analogique ce sont aussi souvent des outils d'un autre âge, qui ne ressemblent à rien en termes d'ergonomie ou de design. Ce sont des outils faits par des informaticiens, pour des informaticiens : l'ergonomie est très austère, ancienne, quasi technique.

Généralement, le contenu est à la hauteur du contenant : dans la fiche de description de l'utilitaire de traitement d'image il n'est parfois pas rare d'y lire : « installation du PRG 'SuperPaint3.exe' et modification des clés de registres HKEY\_CURRENT\_CONFIG ». Kesako ?

Et puis, il y a la hotline téléphonique :

« La hotline est la clé de voute de la bureautique analogique. »

C'est LE point d'entrée de vos utilisateurs pour tous les types de problème. Mais la hotline coûte cher et se paie à l'acte : le simple « décroché » a un prix (quelques euros), et si l'opérateur résout votre problème, cela coûte encore plus cher.

Insensibles à ces questions, vos collaborateurs appellent souvent pour tout, et parfois pour n'importe quoi. L'efficacité n'est pas toujours au rendez-vous : difficile de faire en sorte que vos opérateurs soient au top sur tous les sujets, d'autant que le turn over est important dans ces équipes parfois délocalisées dans d'autres pays et dont la compétence laisse parfois à désirer.

# La bureautique digitale

Pour comprendre ce qu'est la bureautique digitale, il faut regarder le soin que prennent les grands majors du net à soigner le parcours digital de leurs clients. La bureautique digitale doit être une démarche similaire : elle recentre l'effort sur l'utilisateur.

La raison pour laquelle on doit porter ces efforts sont cependant différents : sur le net, l'objectif est de séduire, pour vendre. Pour la bureautique digitale, l'objectif est de faciliter la vie du collaborateur, d'offrir un fort levier d'efficacité à l'entreprise (collaborateur plus efficace et moins stressé) et d'optimiser l'acte bureautique (plus réactif, moins cher).

Dans cette « nouvelle bureautique », les processus ne doivent plus être le « driver » de la bureautique : le vrai driver ça doit être la capacité de la bureautique à répondre clairement et rapidement à un besoin simple formulé par un utilisateur.

Plutôt que de servir à contraindre l'utilisateur, les processus doivent LE servir.

Ce qui n'empêchera pas de respecter bien évidemment certaines règles de base inaliénables de sécurité, entres autres.

Dans cette logique, le « contrat de service » ne doit plus être une justification à des processus inadaptés, ou l'arme fatale pour faire taire les grincheux. D'ailleurs, le degré de simplification de ce contrat de service, après revisite dans la cadre de la refonte de votre bureautique, va témoigner de la réussite de votre travail de simplification. Dans l'idéal, et en forçant volontairement le trait, ce contrat de service publié aux utilisateurs devrait pouvoir tenir sur un A4.

Sans parler encore d'outil, ni de développement informatique, la digitalisation de la bureautique commence donc par une révision complète des processus de la bureautique pour y faire un grand nettoyage de printemps.

Il faut repenser ce qui est mis en place et oser remettre en question des dogmes à priori immuables sur lesquels a été construite la digitalisation analogique. Ce grand ménage doit se faire avec un seul maître mot : « *comment faire gagner un maximum de temps à l'utilisateur, et lui donner le meilleur service, tout en réduisant les coûts ?* ». Une équation qui semble impossible à résoudre ?

Le principe de validation des demandes bureautiques doit être repensé. Pour chaque processus qui intègre une validation, il faut se poser la question : est-ce vraiment nécessaire ? Il faut privilégier le contrôle à postériori quand le contexte de la demande le permet.

Par exemple, la commande d'une souris n'a pas besoin de la validation d'un hiérarchique, tant que ce dernier peut avoir à tout moment une vue sur les demandes faites par ses collaborateurs, pour détecter les abus. Le risque de réelle dérive sur ces demandes est minime.

« Il ne faut pas bloquer 100% de l'entreprise pour éviter 1% de mauvais comportement »

Si des processus réclament forcément des validations (*par exemple la demande d'attribution de droit d'accès sur une ressource*), ces validations ne doivent se faire que sur un seul niveau.

Et tous les moyens doivent être mis en place pour que la notification soit claire, affichée, incontournable et l'opération de validation facile à faire.

Dans notre bureautique digitale, nous étions allés plus loin : dans le cas d'une validation en retard, l'interface révélait alors le nom de la personne qui bloque le processus de la validation par son inaction, pour que l'utilisateur puisse lui-même l'appeler et lui demander d'agir.

Les coutumiers du retard de validation ont rôlé mais c'était le prix à payer pour responsabiliser tous ceux qui avaient des actions à faire dans le cadre des demandes des utilisateurs, qu'ils soient collaborateurs de la bureautique, ou pas.

Certains processus doivent être simplifiés, voire parfois supprimés. Lorsque j'ai mené la digitalisation de la Bureautique certains processus pourtant affichés comme « importants » n'avaient en fait plus aucun intérêt opérationnel : supprimés ! La digitalisation donne au moins le prétexte à cette simplification si difficile à mener en temps ordinaires.

Le maître mot, c'est la réactivité : ce qui agace les collaborateurs, c'est le délai entre une question / un problème, et la réponse / la résolution.

Plus vous réussirez à réduire ce délai, plus l'utilisateur sera efficace, moins il sera stressé et plus il sera content. Il y a là, sur ce seul sujet, un levier phénoménal d'amélioration de l'image du service bureautique.

La simplification doit être le maître mot, pour plusieurs raisons : parce qu'on ne peut pas proposer des interfaces Web ou mobiles (smartphone, tablette) qui embarquent de la complexité, et parce que le temps de conception / développement / mise au point serait trop long et le coût trop lourd.

Il faut briser la logique éclatée des services, en fonction de la structure qui la porte. Stop aux 10 outils différents mis en œuvre par 10 équipes différentes : l'outil de l'équipe qui gère les commandes de matériel, l'outil de l'équipe qui gère les demandes de logiciel libre, l'autre du logiciel avec licence, etc... Il faut penser global, et se dire que votre utilisateur ne doit voir qu'une seule porte d'entrée à ses besoins, quelle que soit la structure qui se trouve derrière pour lui rendre le service qu'il attend.

La bureautique digitale c'est aussi l'amélioration continue, et collaborative. Affichez clairement et ostensiblement que vos outils et vos services ne sont pas parfaits, et qu'ils ne le seront certainement jamais. Affichez clairement qu'ils doivent sans cesse être améliorés et que cette amélioration ne peut se faire qu'avec eux et grâce à eux.

A titre d'illustration, j'avais affiché en grand sur l'écran dans une présentation en séminaire d'une grande direction : « ne vous plaignez plus, aidez-nous ! ».

Autre exemple, quand le moteur de recherche de notre « portail bureautique » ne trouvait aucune réponse à une question, il affichait en gros : « *Nous n'avons rien trouvé, mais ce n'est pas grave : expliquez-nous ce que vous vouliez trouver et nous allons arranger ça !* ». L'utilisateur nous expliquait ce qu'il recherchait via un formulaire ; dans les 2 heures, nous faisons en sorte que sa recherche apporte une solution, et nous le contactons pour lui demander de réessayer, avec les remerciements de toute l'équipe pour sa contribution. C'est ça, la bureautique digitale.

## La bureautique digitale doit transformer l'énergie négative du mécontentement éternelle, en une énergie positive de co-construction collaborative.

Le corollaire à cette posture, c'est qu'il faut impérativement et immédiatement prendre en compte toute remontée, pouvoir corriger en quelques heures et gérer le retour d'information derrière.

Osez remettre en cause la position prépondérante de votre hot line. Etudiez bien les motifs d'appel ; vous vous rendrez compte que dans 60% à 70% des cas, la réponse aurait pu être donnée rapidement et en ligne.

Les gains financiers sont là, parce qu'une hot line, cela coûte très cher. Mais les gains sont aussi dans l'efficacité de l'assistance prodiguée à vos collaborateurs et dans l'amélioration de la qualité du service rendu. La seule condition, c'est que le service digital que vous mettez en œuvre à la place de votre hotline soit irréprochable, à la fois en termes de performances, d'ergonomie, que de contenu.

La bureautique digitale c'est évidemment un parcours digital au travers d'applications Web, utilisables sur le poste de vos utilisateurs et sur mobile. Les entreprises ont encore beaucoup de mal à comprendre ce qui a pourtant une énorme importance : la qualité ergonomique (= simplicité des écrans et des parcours dans une application) et la qualité graphique (= les aspects purement esthétiques, le look).



Certaines entreprises préfèrent toujours dépenser des fortunes en formation et en accompagnement utilisateur plutôt que d'investir en amont dans la conception de leur outil et dans leur design. C'est un mauvais calcul, car ...

... la simplicité évite les formations et l'esthétique améliore l'appropriation à long terme (plaisir de travailler avec l'outil)

Mais l'outil ne fait pas tout. Vous pourriez développer un service intranet magnifique, moderne et esthétique : si le « contenu » de votre service ne ressemble à rien, vous avez perdu votre pari.

Ces contenus, ce sont des fiches utilisateurs, des fiches produits (logiciels, services, etc), bref tous les textes et illustrations que vos utilisateurs verront sur leurs écrans.

Ces contenus doivent être clairs, simples à comprendre pour le commun des mortels, efficaces. Ils doivent être esthétiques : inutile de dépenser 30 k€ de web designers pour faire un design applicatif magnifique si l'équipe qui gère le contenu injecte dans votre portail des textes aux couleurs complètement inappropriées, avec une taille de police énorme et (pour combler le tout) un joli GIF animé style site perso des années 90.

Il ne faut pas que vos utilisateurs mettent une heure pour comprendre un support, ni que votre équipe mette cinq jours à le créer. Pour ma part, lorsque je dois proposer un support d'accompagnement à mes utilisateurs, je propose maintenant uniquement de petits tutoriels vidéos de quelques minutes que je réalise en une heure ou deux (exemple : [cliquez ici](#) pour découvrir un tutoriel de l'éditeur d'une solution de site internet sur le cloud, WIX). Encore faut-il savoir les réaliser.

Ne pensez pas, n' imaginez même pas une seconde que vous pourrez « migrer » dans votre nouvel outil les contenus de votre bureautique analogique. Tout d'abord parce que techniquement, vous risquez d'aller devant de cruelles désillusions, et parce qu'en termes de qualité, cela n'aurait aucun sens. On n'installe pas dans une Maserati rutilante les sièges d'une vieille 2ch charleston.

Souvenez-vous : si vous devez investir du temps, ce n'est pas pour faire pareil, mais pour faire mieux.

Le réseau social d'entreprise (RSE) est un puissant allié pour digitaliser votre bureautique. Le RSE offre des opportunités très intéressantes en termes d'entraide entre les utilisateurs sur les questions bureautiques ou l'aide sur des outils. Typiquement, vous pouvez imaginer des groupes d'entraide sur Word, Excel, Powerpoint, etc.

Pour ces raisons, si la stratégie de l'entreprise est de se digitaliser, la digitalisation de la bureautique est une formidable levier d'adoption et une très bonne façon d'accélérer la démarche dans l'entreprise. En fait, la question sous-jacente, c'est : « *Vous voulez digitaliser vos clients, mais allez-vous réussir à digitaliser vos propres collaborateurs ?* ». Si la réponse est non, vous avez des questions à vous poser 😊.

Mais une communauté de RSE n'est pas une baguette magique : elle offre des opportunités mais aussi des contraintes dans un contexte bureautique qu'il serait trop long d'approfondir ici.

Autant votre RSE peuvent vous aider dans votre dialogue (entraide) avec vos utilisateurs, autant les outils collaboratifs de manière général peuvent aussi beaucoup aider les équipes bureautiques à mieux travailler ensemble de manière plus fluide. Via des sites SharePoint ou des communautés d'échange, les équipes en charge de la bureautique pourront mieux se synchroniser pour plus de réactivité avec le minimum de « frottement » possible. Faites-vous accompagner pour découvrir toutes les niches d'efficacité dans ce domaine (à votre dispo 😊) !

Enfin, pour finir, la bureautique digitale c'est un projet de transformation agile à mener de manière collaborative et solidaire.

Si vous abordez un tel sujet « à l'ancienne », avec des dizaines de réunions mobilisant 10 personnes à chaque fois, des « comités projets » de 4 heures, des niveaux de décision sur 3 niveaux hiérarchiques, des cahiers des charges « à l'ancienne » et un cycle en V informatique en mode aveugle, c'est mort. N'essayez même pas et contentez-vous de votre vieille bureautique analogique.

Retenez cependant que l'agilité, ce n'est pas forcément des méthodes académiques contraignantes qui pourraient faire peur à plus d'un. L'agilité, c'est avant tout l'approche pragmatique et visuelle d'un projet. Je ne détaille pas sur ce sujet ici : c'est l'objet de mon livre « Penser autrement les projets informatiques » ([cliquer ici](#)).

# La transformation de vos utilisateurs

Avant de parler transformation, connaissez-vous bien vos utilisateurs ? Avant de lancer quoi que ce soit, il me semble indispensable d'aller à leur rencontre pour faire une « photo » à l'instant T de leur contexte, de leurs difficultés et de leurs (in)satisfactions. Cette rencontre avec le terrain est simple : allez les voir à leur bureau, relevez leurs anecdotes de leurs déboires, bref, écoutez-les.

Une chose est certaine...

...la transformation de vos utilisateurs sera d'autant plus facile que vous aurez atteint vos objectifs de transformation

Si le travail est bien fait, ils comprendront rapidement l'intérêt qu'ils pourront en tirer. Par exemple, la fermeture ou plutôt la transformation de la hotline en service de Call back ne soulève pas forcément une grande indignation si le nouveau service est plus efficace que la hotline.

Par contre, toucher à ce service est délicat vis-à-vis des instances de représentation du personnel, parce que vous changez la nature d'un service bien implanté dans l'entreprise.

Si votre hotline est interne, le sujet est plus délicat encore. Le passage en CHSCT peut se révéler complexe, voir marquer un point d'arrêt à votre ambition, quand bien même vous pourriez résoudre par ce projet bon nombre de dysfonctionnements décriés régulièrement par ces mêmes représentants du personnel.

## La transformation des utilisateurs passe par un changement de mentalité.

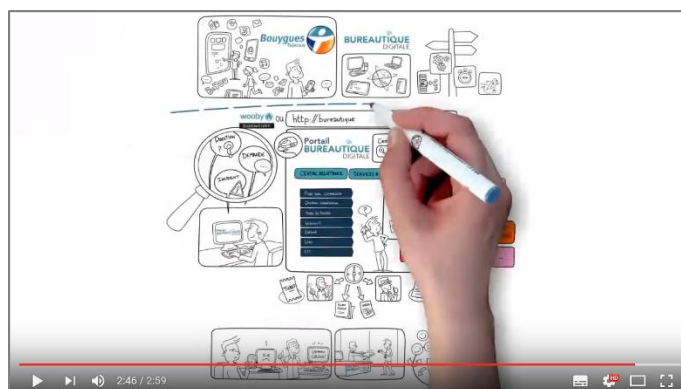
Dans une bureautique analogique, les utilisateurs sont assistés : quel que soit le problème (une question sur Excel par exemple), ils appellent la hot line pour avoir la réponse. Au bout du fil, bien souvent, l'opérateur lance la question dans Google et dicte par téléphone la réponse à l'utilisateur : dans bien des cas, l'utilisateur aurait pu le faire lui-même : il aurait gagné du temps, et l'entreprise aurait fait des économies.

La situation est paradoxale, parce que dans sa vie personnelle, le collaborateur va chercher sur Google et dans les forums, tout seul comme un grand.

La bureautique digitale doit insuffler un nouveau réflexe. Il s'agit de réussir à convaincre les utilisateurs qu'ils pourront avoir une réponse en quelques minutes en réalisant lui-même la recherche dans les nouveaux outils mis à sa disposition, plutôt qu'en plusieurs heures ou plusieurs jours via un interlocuteur situé à l'autre bout du monde. Vous n'arriverez à les convaincre que si cette promesse est vraie.

Le reste n'est qu'affaire de communication. Mais parce que votre bureautique est disruptive, votre communication doit l'être également. Vous devez imaginer tout sorte de moyens décalés pour à la fois attirer l'attention de vos utilisateurs par une communication différente, et pour marquer par ce moyen la rupture avec l'ancienne bureautique.

C'est que nous avons fait pour Bouygues Telecom, avec la société TOOLEARN, au travers d'une vidéo dessinée, produite en 2014 ([cliquer ici](#)).



# La transformation de l'équipe bureautique

Certes, pour vos utilisateurs, la bureautique digitale est un gros changement, et c'est pour cette raison que vous vous apprêtez à réserver un gros budget « accompagnement utilisateur ». Mais sachez que c'est un saut quantique impressionnant pour les équipes bureautiques.

Et paradoxalement, la transformation de vos 20 000 collaborateurs pourrait s'avérer plus simple que la transformation de vos 30 collaborateurs de la Bureautique Analogique.

Le premier choc pour vos équipiers sera le changement de posture. Placer l'utilisateur au centre des préoccupations, cela n'a rien d'évident pour des équipes dont la priorité affichée jusque-là était plutôt d'appliquer à la lettre des procédures qui n'étaient justement pas toujours favorables à l'utilisateur.

Pour quelques-uns de vos collaborateurs, ce changement sera compliqué à vivre, parce qu'il faudra se remettre en question et réussir à écouter les plaintes comme des axes d'amélioration, et non comme des critiques gratuites.

La seconde difficulté sera d'accepter un mode de travail collaboratif entre tous les acteurs de la bureautique, que ce soit dans la conception du projet, que dans la manière de travailler chaque jour pour accélérer le traitement des problèmes. On utilisera ici les communautés du Réseau Social d'Entreprise (si vous en avez), ou simplement des sites SharePoint (si vous en avez).

La troisième difficulté sera d'ordre des talents et des compétences. Souvent, dans certaines équipes des bureautiques analogiques, le métier d'un équipier c'est de jouer le répondeur automatique humain, par le mail ou par le téléphone, toujours sur les mêmes problématiques. Et pour beaucoup, ce contact humain et cette routine leur conviennent très bien.

Digitaliser la bureautique modifie profondément leur métier : ils doivent désormais créer de la valeur, réfléchir, imaginer, enrichir des bases de connaissance, des circuits de résolution, produire des tutoriels efficaces, être un acteur actif dans l'amélioration de l'expérience utilisateur.

Or ce ne sont pas les mêmes compétences ni les mêmes personnalités que dans une bureautique analogique. Pour vous en convaincre, il vous suffit de lire certaines des fiches produits ou guides d'utilisation disponibles dans les outils actuels : vous constaterez peut-être que ces supports ne sont pas d'une formidable qualité ni sur le fond (pas toujours clair, ni peu compréhensible), ni sur la forme (peu esthétique, peu lisible).

Si vous optez pour des tutoriels vidéos, les compétences requises sont encore différentes. Bref, la question que vous devrez vous poser c'est : « *est-ce que mon équipe actuelle est compatible avec une telle révolution ?* ».

Sans vous mentir, la digitalisation de la bureautique va se heurter à une hostilité de la part de votre équipe. Pourtant, ce changement est une chance pour vos équipiers parce qu'elle ajoute à leur CV une nouvelle dimension qui leur apporte un plus indéniable. A vous de présenter ça sous le bon angle.

# Les prérequis de la bureautique digitale

Vous l'aurez compris, la digitalisation de la bureautique est un saut énorme dans la posture, dans les usages et l'énergie mis en œuvre pour réussir le challenge. Je vois cinq conditions pour réussir ce pari.

## CONDITION #1 : L'AMBITION

Il faut résolument afficher une véritable ambition qui fera la différence entre une évolution cosmétique et une refonte complète de vos services. Les gains en efficacité et les gains financiers ne se trouvent que dans une refonte ambitieuse, pas dans des demies mesures d'ordre uniquement esthétiques.

## CONDITION #2 : LE SPONSORING

Il faut avoir un bon niveau de sponsoring de votre projet, car les changements à apporter sont importants et profonds. Sans l'appui d'un manager de bon niveau, capable d'imposer une vision nouvelle, rien ne pourra se faire. Cet appui, vous l'obtiendrez si les gains affichés en termes d'efficacité et d'économie sont indiscutables.

Si la volonté de l'entreprise est à la digitalisation, n'hésitez pas à mettre en avant le formidable levier que représente la digitalisation de la bureautique, dans une telle démarche digitale d'Entreprise.

## CONDITION #3 : L'ADHESION

La troisième condition, c'est de réussir à embarquer vos équipiers bureautiques dans votre projet. La réaction naturelle sera au mieux la défiance, au pire le rejet. Il faut savoir bien expliquer les enjeux, et tout ce qu'il y a à gagner de leur côté : un travail plus intéressant, une expérience mieux valorisée sur le CV, des compétences nouvelles, des outils de travail plus agréables, une meilleure reconnaissance des utilisateurs, etc.

## CONDITION #4 : LES TALENTS & LES POSTURES

La quatrième condition, c'est d'avoir dans vos équipes les talents et les postures nécessaires pour mener de front tous les aspects du projet, que ce soit sur le plan des processus, de la conception des outils, de leur réalisation, de la création des contenus, et de la communication.

A défaut, allez chercher ces compétences ailleurs auprès de consultants ayant déjà mené ce type de projet : je suis à votre disposition ☺ !

Un consultant a ceci de pratique qu'il peut pousser les lignes, être un tantinet provocateur, plus que ne pourrait l'être n'importe quel interne. Tout simplement parce qu'un interne se mettrait en difficultés auprès de ses collègues, des autres équipes et directions en disant quelques vérités que personne ne veut entendre. Or digitaliser la bureautique, c'est nécessairement être obligatoirement critique, ce qui ne manquera pas d'agacer.

## CONDITION #5 : LA SEDUCTION

La dernière condition, et non la moindre, sera de séduire vos utilisateurs, et de leur expliquer avec les bons arguments ce qu'est la « nouvelle bureautique » digitale, en termes de promesse et de moyen.

Reste à tout faire de votre côté pour que la promesse soit tenue.

## Credits

---

Mes remerciements à mes anciens collègues / managers qui ont rendu possible la digitalisation de la bureautique de Bouygues Telecom, à quelque niveau que ce soit, et avec qui j'ai travaillé avec grand plaisir. Dans l'ordre alphabétique des principaux :

Elodie ANNEQUIN (l'artiste designeuse), Eric BALLOT (le maître des développements 100% sans bug lors de la MEP), Patricia CLEMENT (la créative & experte digitale), Lionel DELANOE (maître SharePoint et moteur de recherche), Sophie JOSSERAND (Mme Bureautique & support utilisateurs), Guillaume FOLTRAN (le visionnaire, mon ancien responsable & patron de la bureautique), Florent LOEFFEL (maître SharePoint, application agile & portail d'entreprise), ... et d'autres encore



# Le sujet vous intéresse ?

## Besoin d'un bilan ou d'un avis ?

Si vous souhaitez faire un bilan de votre contexte bureautique actuel, et découvrir les axes d'amélioration possibles, n'hésitez pas à me contacter. Nous pourrions envisager ensemble une collaboration de quelques jours consacrés à un audit suivi de premières recommandations.

Pour en savoir plus contactez la directrice commerciale d'ABALON, [Nathalie GUIMONET](#), [en cliquant ici](#) ou par email [nathalie.guimonet@Abalon.fr](mailto:nathalie.guimonet@Abalon.fr)

## Qui suis-je ?

J'ai débuté ma carrière en 1996 comme auditeur en informatique au sein du Groupe Bouygues, ce qui m'a donné les outils pour bien comprendre les organisations.

J'ai ensuite rejoint Bouygues Telecom en 2000, à la naissance du tout premier intranet. Pendant 15 ans, j'ai animé la construction du digital interne (intranet, SharePoint, Réseau Social, ...) en tant que responsable du pôle Intranet.

En 2014, j'ai été chargé d'imaginer les briques fonctionnelles de la Bureautique Digitale et j'ai accompagné les équipes dans la mise en œuvre.

Depuis 2015, je suis consultant digital interne chez ABALON ; j'accompagne les grands comptes dans le déploiement des solutions digitales (Réseau social, SharePoint, etc). Pour en savoir plus sur mon profil et mes réalisations, [cliquez ici](#)

## Qui est Abalon ?

ABALON est une société de services informatiques de dimension humaine, créée par [Patrick GUIMONET](#), l'un des experts reconnus d'Office 365.

ABALON est une société de conseil et d'ingénierie durable, spécialiste de l'accompagnement dans la mise en œuvre des solutions collaboratives Microsoft

Pour découvrir ABALON, rendez-vous sur le site : <http://www.abalon.fr>



## A lire

Si vous souhaitez en savoir plus l'approche « autrement » des projets, et sur la digitalisation interne des entreprises, je vous invite à lire mes deux ouvrages, disponibles en version électronique ou livre papier : [cliquer ici](#)



## Sur internet

Rendez-vous également sur mon site internet, consacré à la vulgarisation des projets informatiques, de l'agilité et de la digitalisation interne.

<http://www.projetsinformatiques.com> et sa page Facebook associée ([cliquer ici](#))

