



Sarah Alezrah

Déléguée Générale de la Fondation Bouygues Telecom
Anciennement Responsable Editoriale du Digital interne



Lancement de la 4G en 2013 avec le réseau social d'entreprise

Pour lancer la 4G, nous avons décidé de mobiliser l'ensemble de nos collaborateurs. Nous voulions donner à toutes et à tous la possibilité d'être acteur de ce grand événement dans la vie de notre entreprise.

Nous avons également proposé aux collaborateurs volontaires de renforcer les équipes en boutique pour expliquer le produit aux clients, faire des démonstrations ou tout simplement distribuer des prospectus sur les trottoirs. La mobilisation était générale.

Pour mettre en mouvement toute l'entreprise, nous nous sommes appuyés sur notre réseau social d'entreprise, Wooby Network (bâti sur SharePoint et une solution tierce), qui était déjà bien implanté depuis deux ans environ.

Le RSE nous est vite apparu comme un élément indispensable au dispositif : il nous permettait à la fois d'animer la démarche, d'informer les collaborateurs sur les étapes du lancement, mais aussi et surtout de faire appel à leurs idées pour incarner ce lancement. C'était comme si nous avions organisé un brainstorming géant en permettant à chacun de poster des idées, de donner son avis, de publier des textes, des images et des vidéos et de voter pour ses propositions préférées grâce aux « likes » sur les posts. Tout cela, sans engorger les messageries.

Le RSE a été aussi déterminant dans la phase de renforcement des équipes en boutiques. Au travers d'une « communauté Wooby Network », les collaborateurs se sont organisés : ils ont échangé des conseils et se sont encouragés mutuellement. Les forces de la relation client ont pu s'en servir également pour diffuser des consignes et des modes opératoires.

La mobilisation a été au-delà de nos espérances. De très bonnes idées ont émergé de ces échanges dans les différentes communautés, comme les « flashmob », très à la mode en 2013, dont la chorégraphie était également travaillée et partagée avec le réseau social d'entreprise. En mettant en musique, par ce biais, les propositions des collaborateurs, la communication interne a obtenu une adhésion collective, d'autant plus vertueuse qu'elle n'émanait pas d'une communication top-down mais bottom-up grâce au réseau social. Quoi de mieux pour susciter l'adhésion ?

Cette phase de lancement de la 4G a été la preuve de l'importance d'un réseau social d'entreprise dans une entreprise comme la nôtre. Avec les outils traditionnels, dont la messagerie, il aurait été impossible d'obtenir une telle mobilisation !