

ORGANISATION 2.0 : MYTHES ET REALITES

L'Expérience Web 2.0 d'AIESEC

Sous la direction de Monsieur Thierry Isckia et Monsieur Gérard Petit.

Majeure Management Stratégique 2007-2008 - TELECOM Ecole de Management

“The most important contribution management needs to make in the 21st century is to increase the productivity of knowledge work and knowledge workers. It is on their productivity, above all, that the future prosperity - and indeed the future survival - of the developed economies will increasingly depend.”

Peter F. Drucker

REMERCIEMENTS

Ce travail de longue haleine n'aurait pu être réalisé sans l'aide d'un réseau social et surtout d'une multitude d'amis. Je tenais à remercier :

- Gérard Petit et Thierry Isckia : deux professeurs et conseillers extra ordinaires
- Charles Delalonde pour son ouverture et ses conseils
- Jean Penny, l'une des personnes qui m'a fait prendre conscience du Web 2.0
- François Fleury pour m'avoir beaucoup appris sur l'histoire du web 2.0 d'AIESEC
- Alexandre Cabon, Président d'AIESEC France pour m'avoir plusieurs fois inspiré
- L'organisation AIESEC pour m'avoir fait vivre une expérience unique d'apprentissage
- Les *Aiesecers*¹ parce qu'ils sont l'un des réseaux sociaux les plus passionnés au monde
- Les Alumni² d'AIESEC du monde entier qui ont contribué et contribuent encore à ce réseau social
- Les bloggeurs experts qui réalisent chaque jour un travail d'une grande valeur via le partage de leurs connaissances
- David Cahané d'AIESEC France qui a répondu à de précieuses questions
- Lucas Florez d'AIESEC International qui a su se rendre disponible
- Audrey Yzerd pour m'avoir aidé à la mise en page de ce travail

¹ Les *Aiesecers* sont les membres d'AIESEC.

² Les alumni sont les anciens membres, étudiants d'une entité (type : école, association etc.).

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| REMERCIEMENTS | 4 |
| RESUME | 7 |
| INTRODUCTION | 8 |
| I - WEB 2.0 : UNE REVOLUTION POUR L'ORGANISATION | 9 |
| 1) WEB 2.0 : ANALYSE D'UNE REVOLUTION | 10 |
| a) <i>Qu'est ce que le Web 2.0 ?</i> | 10 |
| b) <i>Typologie des technologies & des usages</i> | 12 |
| 2) WEB 2.0 & CONCEPTS SOCIAUX CLES | 13 |
| a) <i>Les réseaux sociaux</i> | 13 |
| b) <i>Les effets de réseau</i> | 14 |
| c) <i>L'intelligence collective</i> | 15 |
| d) <i>Les médias sociaux</i> | 16 |
| 3) LES DIFFERENTS ACTEURS & LE WEB 2.0 | 16 |
| a) <i>Les Entreprises clés du web 2.0</i> | 17 |
| b) <i>Le Gouvernement 2.0</i> | 19 |
| II - L'ENTREPRISE 2.0 | 20 |
| 1) DEFINITION | 21 |
| 2) PRINCIPES | 21 |
| 3) TYPES DE BENEFICES DE L'ENTREPRISE WEB 2.0 | 22 |
| 4) USAGES & TECHNOLOGIES WEB 2.0 EN ENTREPRISE | 23 |
| 5) FACTEURS CLES DU SUCCES (ET D'ECHEC) DE L'ENTREPRISE 2.0 | 26 |
| III - L'ASSOCIATION 2.0 | 28 |
| 1) LES OPPORTUNITES DU WEB 2.0 POUR LES ORGANISATIONS | 29 |
| 2) DES SYNERGIES MULTIPLES | 33 |
| a) <i>Associations & Web 2.0 : Un modèle similaire</i> | 33 |
| b) <i>Digital Natives : Une génération associative</i> | 34 |
| 3) ETAT DE LIEUX DE L'ASSOCIATION 2.0 | 35 |
| 4) L'ASSOCIATION 2.0 DU FUTUR | 37 |
| IV - L'EXPERIENCE D'UNE ORGANISATION 2.0 : AIESEC | 39 |
| 1) AIESEC : UNE ORGANISATION UNIQUE | 40 |
| a) <i>AIESEC Aujourd'hui</i> | 40 |
| b) <i>Quelques caractéristiques d'AIESEC</i> | 41 |
| 2) GESTION DES CONNAISSANCES ET COMMUNICATION 2.0 CHEZ AIESEC | 41 |
| a) <i>Technologies et Impact</i> | 42 |
| b) <i>Myaiesec.net : Intranet User Focus</i> | 45 |
| c) <i>AIESEC Online : NGO 2.0 Activated !</i> | 46 |
| 3) ANALYSE D'UN SUCCES | 48 |
| a) <i>Les facteurs clés du succès</i> | 48 |
| b) <i>Une approche critique</i> | 51 |
| 4) WEB 2.0 & AIESEC 2010 (=AIESEC 3.0 ?) | 53 |
| a) <i>Priorités Stratégiques 2009-2010</i> | 53 |
| b) <i>Quel futur à long terme</i> | 53 |
| CONCLUSION | 55 |
| ANNEXES | 57 |
| BIBLIOGRAPHIE | 72 |

AVANT PROPOS³

En 2004, j'ai eu la chance de rejoindre AIESEC, la plus grande ONG Internationale étudiante au monde. En quelques années, j'ai eu la chance de me former virtuellement dans de nombreux domaines, travailler sur des projets internationaux, développer des amitiés avec des gens de plus de 110 pays différents. J'ai pu réaliser tout cela grâce à la nature de l'organisation mais aussi grâce à un système d'information unique qui permet d'animer un réseau et d'interagir de manière collaborative, et ce, gratuitement.

Aujourd'hui j'aimerais partager cette expérience et montrer comment les nouvelles technologies utilisées à bon escient peuvent aider à créer et améliorer les relations humaines au sein d'une organisation. A la veille de mon entrée sur le marché du travail, ce mémoire, qui m'a passionné à titre personnel, m'a permis de m'approprier des connaissances et une expérience qui pourront être valorisées dans mes projets professionnels.



David Pires
Etudiant Majeure Stratégie 2007-2008
Président AIESEC France 2008-2009

Mail : david.c.pires@gmail.com
Blog : david-pires.blogspot.com/
Twitter : twitter.com/Dorevan

³ Ce travail est sous Licence Creative Common : paternité, pas d'utilisation commerciale, partage des conditions initiales à l'identique. Voir <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/fr/>.

RESUME

L'organisation 2.0 est peut-être l'une des plus importantes innovations des NTIC et du monde de l'organisation en ce début de 21^{ème} siècle. Une véritable révolution technologique s'est créée via l'avènement du Web 2.0 au sein des entreprises, des gouvernements, des associations et surtout via l'individu. Le web a évolué pour s'adapter à l'individu et à la manière dont il vit dans le monde réel, c'est à dire en gagnant une composante sociale. Le Web 2.0 permet l'émergence d'une intelligence collective au sein des organisations, le développement d'effets de réseaux via l'utilisation de différentes plateformes, et la gestion de ses réseaux sociaux au quotidien. Le dernier phénomène social lié au Web 2.0 est l'apparition de médias sociaux, c'est-à-dire l'utilisation des technologies pour publier et accéder à l'information des utilisateurs du réseau. L'ensemble de ces technologies ont renversé le rapport de force social, les technologies étant dorénavant dans les mains des utilisateurs.

L'organisation elle aussi a commencé à saisir les bénéfices et les enjeux de ces nouveaux systèmes. Comme le mentionne Mc Kinsey dans son évaluation mondiale auprès de plusieurs entreprises internationales sur les bénéfices du Web 2.0, une majorité d'entreprises reconnaissent avoir perçu les effets positifs des usages du Web 2.0. Les principaux avantages constatés sont : une réduction des délais d'accès aux connaissances, un accès plus rapide à l'expertise interne, une efficacité accrue des politiques et une réduction des coûts. Trois technologies sont les sources principales de gain : les réseaux sociaux, les wikis et les blogs. Les facteurs clés de succès de l'implémentation des usages Web 2.0 semblent être principalement : l'intégration des usages Web 2.0 dans les processus quotidiens, l'existence de leaders modèles dans l'utilisation des technologies, le don d'*incentives* informels aux utilisateurs.

En plus des entreprises, les associations et organisations non gouvernementales se montrent aussi pionnières dans l'utilisation. Les associations par leurs modes de fonctionnement privilégient le développement du travail collaboratif et comme le montre l'exemple d'AIESEC (l'ONG Internationale étudiante), il est possible pour ce type d'organisation de se doter facilement de systèmes Web 2.0 très avancés qui supportent de nombreux processus au sein des associations. Ils permettent à une association d'affirmer son intelligence collective à travers le temps et l'espace.

INTRODUCTION

Comment un étudiant peut-il avoir accès à un réseau social de 40 000 jeunes du monde entier ? Comment une ONG peut-elle se doter d'un système d'information au sommet de la technologie ? Comment une organisation internationale peut-elle se développer de manière démocratique et collaborative ?

Probablement n'y a-t-il pas une seule réponse à ces questions. Il existe néanmoins un facteur clé : Le développement des usages Web 2.0 au sein des organisations. Depuis le déploiement de ces nouvelles technologies à impact fort sur les individus et les organisations, la société a progressivement changé. Aujourd'hui les employés passent plusieurs heures par jour sur les réseaux sociaux ; même constat du côté des étudiants qui passent souvent plus d'heures à échanger sur Facebook que dans les salles de cours. Du côté des organisations, une révolution semble également en marche : rares sont les marques internationales qui peuvent se passer d'un *community manager* pour gérer leur image. Une nouvelle manière de collaborer, communiquer et développer les organisations et leur intelligence collective a pris forme. Que ce soit des entreprises qui se développent en donnant une multitude de services gratuits comme Google, ou bien des campagnes électorales qui se gagnent via des stratégies Online avec Barack Obama, ou alors des ONGs qui synchronisent leurs actions et bonnes pratiques internationales comme AIESEC. Le Web 2.0 a radicalement changé la manière dont fonctionnent les organisations.

Néanmoins, la compréhension du phénomène reste complexe, les bénéfices étant difficiles à constater. Certaines organisations, générations, semblent avoir bien plus de facilités à implémenter ces systèmes que d'autres. A travers ce travail, nous tenterons de répondre aux questions que se posent de nombreuses organisations vis-à-vis du Web 2.0. Nous verrons dans une première partie en quoi consiste réellement cette révolution du Web 2.0 et quels en sont les principaux usages technologiques. Puis dans une seconde partie nous présenterons l'entreprise 2.0, ses bénéfices ainsi que les facteurs clés de succès à sa mise en place. Puis nous verrons la relation qui lie les associations et le Web 2.0. Nous présenterons enfin en détail l'expérience vécue d'une organisation 2.0 qui a su mettre en place un système Web 2.0 innovant.

I - WEB 2.0 : UNE REVOLUTION POUR L'ORGANISATION

Au cœur de l'actualité technologique, le Web 2.0 est à l'origine d'une multitude de nouvelles appellations dérivées : Management 2.0, Marketing 2.0, Gouvernement 2.0, Entreprise 2.0, Développement Durable 2.0 etc. On note un véritable engouement des médias, et il semble que le phénomène aille au delà de la simple sphère technologique. Il est donc nécessaire de mieux comprendre la nature même du Web 2.0, son principe, son mode de fonctionnement, et ses aspects sociaux

Dans une première partie définirons la technologie web 2.0 et ces usages d'un point de vue général. Nous aborderons ensuite les concepts sociaux clés du web 2.0, indispensables à la compréhension du phénomène. Dans la dernière partie, nous présenterons enfin quelques acteurs clés du Web 2.0.

1) Web 2.0 : Analyse d'une révolution

a) Qu'est ce que le Web 2.0 ?

Il est difficile de concevoir une définition universelle du Web 2.0 car aucune version officielle n'existe vraiment, nous nous sommes donc tournés vers l'encyclopédie Web 2.0 de référence : Wikipédia⁴.

Définition

Le Web 2.0 désigne les technologies et les usages du World Wide Web qui ont suivi la forme initiale du web, en particulier les interfaces permettant aux internautes d'interagir simplement à la fois avec le contenu des pages mais aussi entre eux, créant ainsi le Web social.

Histoire

Cette expression lancée par Tim O'Reilly en 2004 s'est imposée à partir de 2007. Le Web 2.0 n'est pas une évolution technique particulière mais un ensemble de nouvelles technologies qui se sont annexées au web et qui ont progressivement modifié sa manière de fonctionner. Au cours des années 2004-2007, la face du web a radicalement changé mais sans qu'il soit possible d'identifier une date clé, comme le décrit la théorie du *Tipping Point* de Malcom Gladwell, à un moment donné le système était devenu différent sans même que l'on rende compte de ce moment précis.

Principes Clés du Web 2.0⁵

- Intéraction entre les utilisateurs : réseaux sociaux, effets de réseaux
- Contenu créé par les utilisateurs
- Le portail web devient une plateforme pour les utilisateurs
- La fin du cycle des logiciels : rattachés au web, ils évoluent continuellement

⁴ La fiabilité de Wikipédia a souvent été remise en question, or il se trouve que pour tout ce qui est lié aux définitions des technologies web, Wikipédia est souvent la référence.

⁵ Par souci de simplicité nous nous restreindrons aux principes généraux (excluant les détails technologiques).

b) Typologie des technologies & des usages

Le Web 2.0 n'étant qu'un ensemble de technologies, il n'a dans l'absolu pas un grand intérêt sans les usages clés des différentes techniques dont voici un tableau récapitulatif⁶.

| Technologies Web 2.0 | Usages Clés | Exemples |
|--------------------------|---|-----------------------------|
| Blogs | * blogs corporate : communication produits * blogs de campagne électorale * blogs de particuliers | Blogger Wordpress |
| Flux RSS | * flux des sites d'information * newsletters associatives * veille concurrentielle | Feedburner Google reader |
| Social Networking | * sites de réseaux professionnels: linkedin * site de socialisation: facebook * sites de rencontres: meetic | Facebook Linkedin |
| Wikis | * encyclopédie en ligne: Wikipedia, Wikihow * Partage, travail collaboratif Myaiesec.net | Wikipedia |
| Partage Vidéo | * partage de vidéo de formation * présentation de la culture des organisations * partage de vidéos personnelles | Youtube |
| Microblogging | * communication corporate continue * ceille en ligne * lifestream personnel | Twitter |
| Podcasts | * formation en ligne * télévision sur Internet | iTunes |
| Rating | * achats en ligne (livres etc.) * sites de notation (entreprises) | Amazon |
| Tagging | * partage de liens | `Delicious |
| Peer to Peer | * partage de fichiers multimédia en ligne | Bit Torrent Emule |
| Mash-ups | * croisement de bases de données en un seul outil | Google Maps |

Aujourd'hui il existe autant d'usages des technologies Web 2.0 que d'utilisateurs. De plus, de nouveaux services se créent chaque jour, comme le dit Karl Fisch dans la vidéo youtube : « Do you Know » :

« The top 10 in-demand jobs in 2010 did not exist in 2004. We are currently preparing students for jobs that don't yet exist... using technologies that haven't been invented in order to solve problems we don't even know are problems yet »

Ce qu'il est donc important de comprendre n'est pas vraiment la technologie, ni les usages que nous en faisons aujourd'hui, mais d'identifier les principes fondamentaux de fonctionnement du Web 2.0 qui sont en train de révolutionner notre manière d'intégrer avec la société.

⁶ Pour accéder à un tableau plus complet voir en Annexes le tableau d'Orange.

2) Web 2.0 & concepts sociaux clés

Du web 2.0 découle une multitude de concepts sociaux sous-jacents. Afin d'en comprendre le fonctionnement nous présenterons ces concepts clés : les réseaux sociaux, les effets de réseaux, l'intelligence collective et les médias sociaux.

a) Les réseaux sociaux

Description

Le Web 2.0 est intrinsèquement lié aux réseaux sociaux. D'après Wikipédia, les réseaux sociaux sont définis comme *un ensemble d'entités sociales, telles que des individus ou des organisations sociales, reliées par des liens créés lors des interactions sociales.*

Les réseaux sont pour la plupart gratuits et accessibles depuis n'importe où.⁷ On dénombre une multitude de réseaux sociaux pouvant regrouper des individus et des organisations par différents types de liens : associatifs, *alumni*, rencontres privées etc.

Fonctionnement

Au quotidien le fonctionnement d'un réseau social est très simple. Une personne demande à entrer en relation avec une autre sur la base d'intérêt communs, et si la personne accepte, elles deviennent connectés. Ce lien leur permet de partager :

- des informations personnelles
- des informations générales
- des contacts

D'un mécanisme simple naissent d'extraordinaires résultats, comme par exemple :

- rapidité d'accès aux informations
- facilité de mise en contact avec les experts d'un sujet
- facilité du travail collaboratif
- possibilité de lobbying et d'actions collectives de grande ampleur

Une connexion Globale

En 1929, le hongrois Frigyes Karinthy expose la théorie selon laquelle deux personnes quelconques sur le globe peuvent être connectées à travers une chaîne de relations comprenant au plus 5 autres maillons. L'émergence du Web 2.0 a donc permis de transformer cette théorie en une réalité au quotidien. Aujourd'hui en utilisant à bon escient un réseau social il est possible d'accéder à presque n'importe quel individu.

⁷ Néanmoins certaines fonctionnalités sont payantes, de plus l'accessibilité est remise en question par les politiques de restriction de certains pays.

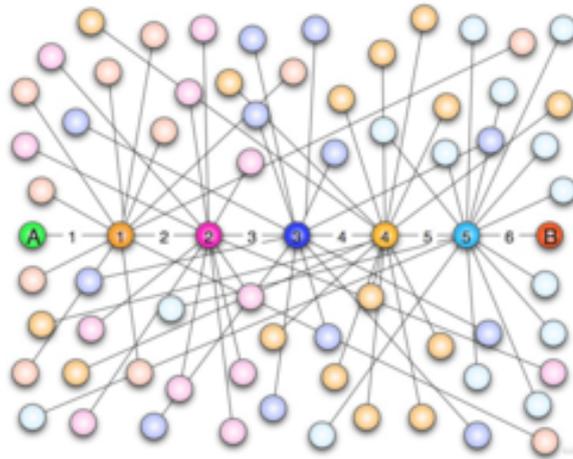


Schéma des réseaux de Karinthy : En 6 personnes le monde est connecté

La confiance : le facteur qui change tout

La relation de confiance innée que génère la création d'un réseau (amis d'amis par exemple) permet de prioriser l'information et constitue donc un atout majeur du Web 2.0 pour un utilisateur perdu dans la globalisation de l'information.

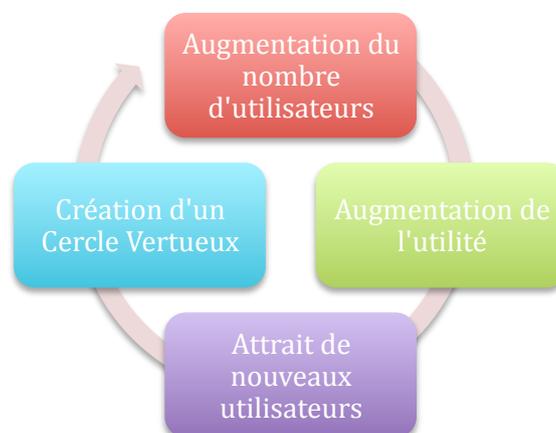
b) Les effets de réseau

Un effet de réseau est une externalité positive qui prévoit que l'utilité d'un bien ou d'un service augmente en fonction du nombre d'utilisateurs.

Exemple : Effet de réseau et Système d'exploitation

Plus il y a de personnes qui utilisent le système d'exploitation Linux, plus il est facile de trouver des logiciels, des composants compatibles Linux, ou bien des personnes pouvant me donner des conseils sur l'utilisation du système. Ce qui explique pourquoi Linux qui est un système gratuit, et souvent considéré plus performant que Windows reste utilisé par une minorité d'utilisateur.

Même raisonnement par rapport au Web 2.0 les services proposés sont bâtis sur l'effet de réseau car le contenu ainsi que les fonctionnalités autonomes apparaissent avec le nombre croissant d'utilisateurs.



Analyse de l'effet de réseau

Ces effets de réseaux permettent d'expliquer la croissance du Web 2.0 ces dernières années. La simple mise en réseau de millions d'utilisateurs a multiplié l'utilité du web pour ces mêmes millions d'internautes. Aujourd'hui chaque service Web 2.0 capable d'acquérir un réseau représentatif suffisamment fort peut devenir le nouveau référent mondial dans son domaine et ainsi faciliter l'interaction de millions d'utilisateurs.

Exemples :

- Facebook et LinkedIn pour les réseaux sociaux,
- Wikipedia pour l'encyclopédie
- Twitter pour le Microblogging

c) L'intelligence collective

D'après Wikipédia l'intelligence collective est définie comme *les capacités cognitives d'une communauté résultant des interactions multiples entre les membres*. Concept longtemps étudié mais difficile à prouver, le Web 2.0 a permis à cette théorie de l'intelligence collective de s'affirmer. Les organisations 2.0 sont capables via ces usages de créer une plateforme d'interactions suffisamment forte pour permettre aux individus d'exploiter au mieux les capacités cognitives des différentes communautés.

Exemples :

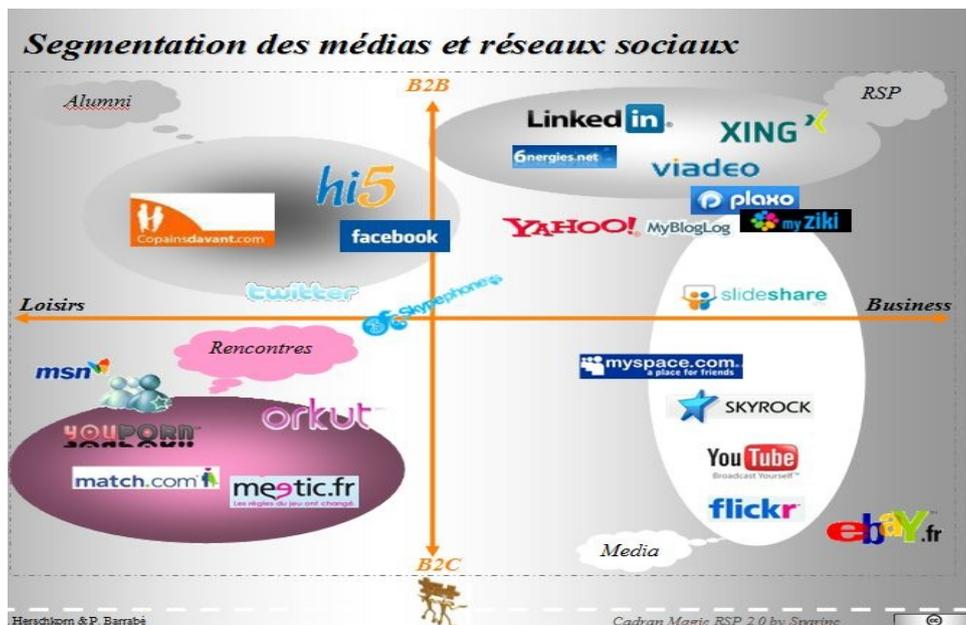
- Via Wikipedia, une base de connaissance du monde est progressivement en train de se construire
- Dans le monde du vivant on parle de l'intelligence collective des colonies des fourmis capable de s'adapter automatiquement aux variations externes de l'environnement et ce sans aucune direction centrale

d) Les médias sociaux

Ils sont définis comme *les différentes activités qui intègrent la technologie, l'interaction sociale, et la création de contenu*. Le Web 2.0 a permis l'éclosion d'une intelligence collective via le développement des médias sociaux. Ceux-ci donnent l'opportunité aux individus de multiplier et d'optimiser les savoirs ainsi que leur partage. On retrouve principalement 3 types d'applications de médias sociaux :

- Communication (blogs, microblogging, réseau social, rss)
- Collaboration (wikis, *social bookmarking*)
- Multimédia (partage photo, vidéo, musique)

En opposition aux médias de masse, les médias sociaux ne suivent pas de règles hiérarchiques mais partent de l'individu pour aller vers les différentes communautés et réseaux. C'est ce qui les rend très facile d'accès et a changé la manière d'interagir des individus mais aussi des organisations envers l'information.



Segmentation des médias et réseaux sociaux

3) Les différents acteurs & le web 2.0

Pour mieux comprendre le web 2.0 il est nécessaire de comprendre les principaux acteurs et leur rôle dans son développement et son animation. Nous analyserons tout d'abord les entreprises créatrices de plateforme, puis présenterons brièvement le positionnement des gouvernements par rapport au Web 2.0.

a) Les Entreprises clés du web 2.0

Il est difficile d'identifier une entreprise clé dans le Web 2.0, les entreprises dans ce domaine étant souvent nées sur le modèle de la *start-up*. Les ressources nécessaires à la création d'une plateforme étant très faibles, l'idée et l'innovation priment pour devenir l'un des leaders du domaine. Nous allons brièvement présenter quatre des principaux acteurs du Web 2.0 :

- Google
- Wikipedia
- Facebook
- Twitter

Google

Simple moteur de recherche à l'origine, Google est devenu le géant du web par excellence, rachetant ou créant en permanence de nouveaux services Web 2.0. Les particularités de Google sont :

- Proposer une multitude de services : moteur de recherche, lecteur de flux rss, boîte email, gestionnaire de tâches, plateforme de blogs, partage vidéo, plateformes de livres numériques, géo localisation, services de carte, téléphonie IP etc.
- Créer en permanence de nouveaux services accessibles à tous
- Avoir la majorité de ses services gratuits pour les particuliers, ce qui permet d'atteindre plus rapidement des effets de réseaux consistants

Google est dans la philosophie même du Web 2.0, jouant sur :

- Les effets de réseaux
- La gratuité de ses services
- L'innovation en permanence
- La simplicité des interactions entre ces services

Seule entrave à cette domination, la peur de l'émergence d'un *Big Brother*. Dans sa vision de rendre accessible toute (ou au moins une grande partie) l'information mondiale depuis n'importe quel endroit à n'importe qui qu'en est-il de la protection des données personnelles et de la neutralité de Google ? Néanmoins en attendant d'en savoir plus sur cette question Google continue son ascension et multiplie les services gratuits proposés aux internautes et aux organisations du monde entier.⁸

Wikipedia⁹

L'encyclopédie en ligne, mise à jour par une multitude d'auteurs est l'une des références mondiales dans son domaine, bien plus consultée que les encyclopédies payantes. De plus, Wikipédia par son efficacité a su populariser le concept des Wikis (voir Glossaire). Wikipédia est l'un des symboles de l'intelligence collective et ouvre la voie à la mise en place des Wikis dans d'autres organisations.

⁸ Google a néanmoins restreint, et censuré certaines de ses technologies dans des pays comme la Chine.

⁹ Wikipédia est une fondation, pas une entreprise, néanmoins elle est leader sur son marché.

b) Le Gouvernement 2.0

Obama a su utiliser le Web 2.0 comme aucun homme politique ne l'avait fait avant lui. Via cet outil il a su améliorer son image, et surtout créer une véritable communauté autour de lui, qui a fait campagne pour lui, l'a défendu, et l'a également aidé à affiner ses idées. Voilà ce que serait une ébauche de Gouvernement 2.0. Défini par Gauravomics comme *l'utilisation du Web 2.0 par le gouvernement afin d'atteindre trois objectifs : partager l'information interne, créer et développer une relation avec les entités non gouvernementales et rendre le pouvoir au citoyen.*

Le gouvernement 2.0 est un gouvernement qui utilise des technologies afin de se rapprocher d'un idéal de démocratie permettant à chacun de s'exprimer librement et d'avoir accès aux connaissances de tous. Aujourd'hui de nombreux gouvernements du monde entier tentent d'utiliser le Web 2.0., on parle beaucoup de dialogue citoyen, c'est à dire la création d'un dialogue continu entre les différents acteurs de la société via l'accès à une plateforme commune. Néanmoins ces initiatives restent limités et sont encore considérés par beaucoup comme de simples initiatives électorales.

Les résultats: une campagne révolutionnaire

- Réconciliation des américains avec la politique
 - » Retour aux urnes: +15 millions
 - » Participation: 63% (+10 pts)

- Forte campagne de mobilisation
 - » Dons: 3 millions
 - » Financement populaire par micro-dons
 - » Militants: 1.2 million



Résultat de la campagne Web 2.0 de Barack Obama : Les prémices d'un Gouvernement 2.0 ?

II - L'ENTREPRISE 2.0

Après avoir compris la nature de cette révolution technologique nous pouvons pleinement nous plonger dans l'étude de sa relation par rapport aux entreprises. Il est important de comprendre le fonctionnement de l'entreprise 2.0 car c'est elle qui est la source de création de valeur et qui va orienter en grande partie le développement du Web 2.0 de demain, les outils créés pourront par la suite être utilisés par les particuliers, les gouvernements et les ONGs.

Afin de mieux comprendre ce phénomène d'entreprise 2.0 nous nous appuyerons sur l'étude de Mc Kinsey publié récemment qui montre en détails les bénéfices et enjeux du Web 2.0 pour les entreprises. Nous verrons tout d'abord une définition et présentation des principes clés qui régissent cette définition. Puis nous présenterons les différents usages, bénéfiques que peuvent en tirer les entreprises. Et enfin pour terminer nous analyserons les facteurs clés du succès qui permettent d'implémenter efficacement des usages Web 2.0 en entreprise.

1) Définition

Le Web 2.0 étant une notion complexe à définir il en est de même pour la notion d'entreprise 2.0. La première définition la plus simple tend à considérer l'entreprise 2.0 comme une entreprise ayant implémenté des technologies Web 2.0 dans son système d'information (Entreprise 2.0 = *Writable* Intranet). L'autre définition plus large est celle du blog « L'entreprise 2.0 » qui *la désigne comme les outils et pratiques collaboratives et l'usage de plateformes sociales au sein d'une entreprise ou entre plusieurs entreprises, ses partenaires et ses clients.*

2) Principes

Les principes clés que l'on peut extraire de la définition sont les suivants :

- **Outils et Pratiques** : l'entreprise 2.0 représente des outils mais aussi des pratiques, c'est-à-dire une manière efficace de travailler avec ses outils
- **Usages** : l'appropriation active et l'expérience sur les outils et pratiques
- **Plateformes sociales** : les différents outils type production et connaissances (blogs et wikis), la diffusion (microblogging) mais aussi la mise en relation (réseau social) interne
- **La connexion à un écosystème** : la mise en relation de ces outils avec les interlocuteurs clés de l'entreprise que sont les filiales, les partenaires et les clients.

Au delà de la définition et des principes, on parle d'une entreprise 2.0 d'un point de vue pratique lorsque celle-ci a réellement mis en place des outils Web 2.0 et a su commencer à en tirer partie et à créer de la valeur. Ce que nous montre de manière détaillée l'étude de Mc Kinsey.

3) Types de bénéfices de l'entreprise Web 2.0

| En Interne | | Relation avec les clients | | Relation avec les partenaires | |
|--|----|--|----|---|----|
| Réduction des délais d'accès aux connaissances | 68 | Amélioration de l'efficacité du marketing | 52 | Accès plus rapide aux connaissances | 51 |
| Réduction des coûts de communications | 54 | Amélioration de la satisfaction des clients | 43 | Réduction des coûts de communications | 49 |
| Accès plus rapide aux experts interne | 43 | Réduction des coûts de marketing | 38 | Accès plus rapide aux experts externes | 42 |
| Réduction des coûts de transports | 40 | Réduction des coûts de support | 32 | Réduction des coûts de transports | 40 |
| Réduction des coûts opérationnels | 35 | Réduction des coûts de transports | 32 | Amélioration de la satisfaction des fournisseurs, des partenaires | 37 |
| Réduction de mise sur le marché des produits et services | 25 | Réduction de mise sur le marché des produits et services | 24 | Réduction de mise sur le marché des produits et services | 24 |
| Amélioration du taux de l'innovation | 25 | Amélioration du taux de l'innovation | 22 | Réduction des coûts de développement des produits | 20 |
| Augmentation des ventes | 14 | Augmentation des ventes | 18 | Amélioration du taux de l'innovation | 19 |
| Pas d'effets mesurables | 8 | Pas d'effets mesurables | 10 | Augmentation des ventes | 16 |

Bénéfices des technologies Web 2.0 sur le fonctionnement des entreprises¹¹

D'après l'étude l'entreprise 2.0 peut tirer des bénéfices dans trois écosystèmes différents :

- En interne
- En relation avec ses clients
- En relation avec ses partenaires

Les bénéfices sont fortement constatés dans les domaines du :

- Management des connaissances
 - Réduction des délais d'accès aux connaissances
 - Accès plus rapide à l'expertise externe
- Marketing
 - Efficacité accrue des politiques marketing
 - Amélioration de la satisfaction des clients
- Et au niveau de la réduction des coûts

Après plusieurs années à avoir parler du mythe du Web 2.0, aujourd'hui nombre d'entreprise semblent avoir commencé à tirer des bénéfices concrets et mesurables, ce qui est une mini révolution car beaucoup évoquait encore le Paradoxe de Solow¹² appliqué aux technologies Web 2.0.

¹¹ Pourcentages d'interviewés ayant constatés des bénéfices dans les différentes catégories.

¹² Phénomène constaté par l'économiste Solow qui disait que les ordinateurs étaient partout saufs dans les gains de productivité.

4) Usages & Technologies Web 2.0 en entreprise

Les entreprises ont déjà commencé à voir des bénéfices de presque toutes les technologies Web 2.0, néanmoins certaines technologies se montrent plus bénéfiques d'autres : Le partage vidéo, les blogs, les flux rss, les réseaux sociaux et les wikis.

Partage Vidéos

Des sites de partages comme You Tube, Daily motion, ou bien des sites internes permettent de mettre de l'information multimédia en continu pouvant aussi bien être destinée en interne, externe pour aider à la promotion de la culture, à la formation ou bien au management des connaissances.

Blogs

Ces pages web à la publication très facile permettent aux individus internes et externes à l'entreprise de publier librement leurs idées, projets, analyses, permettant ainsi de faciliter le travail collaboratif, le développement de la culture d'entreprise, le management des connaissances, mais aussi le recrutement.

RSS

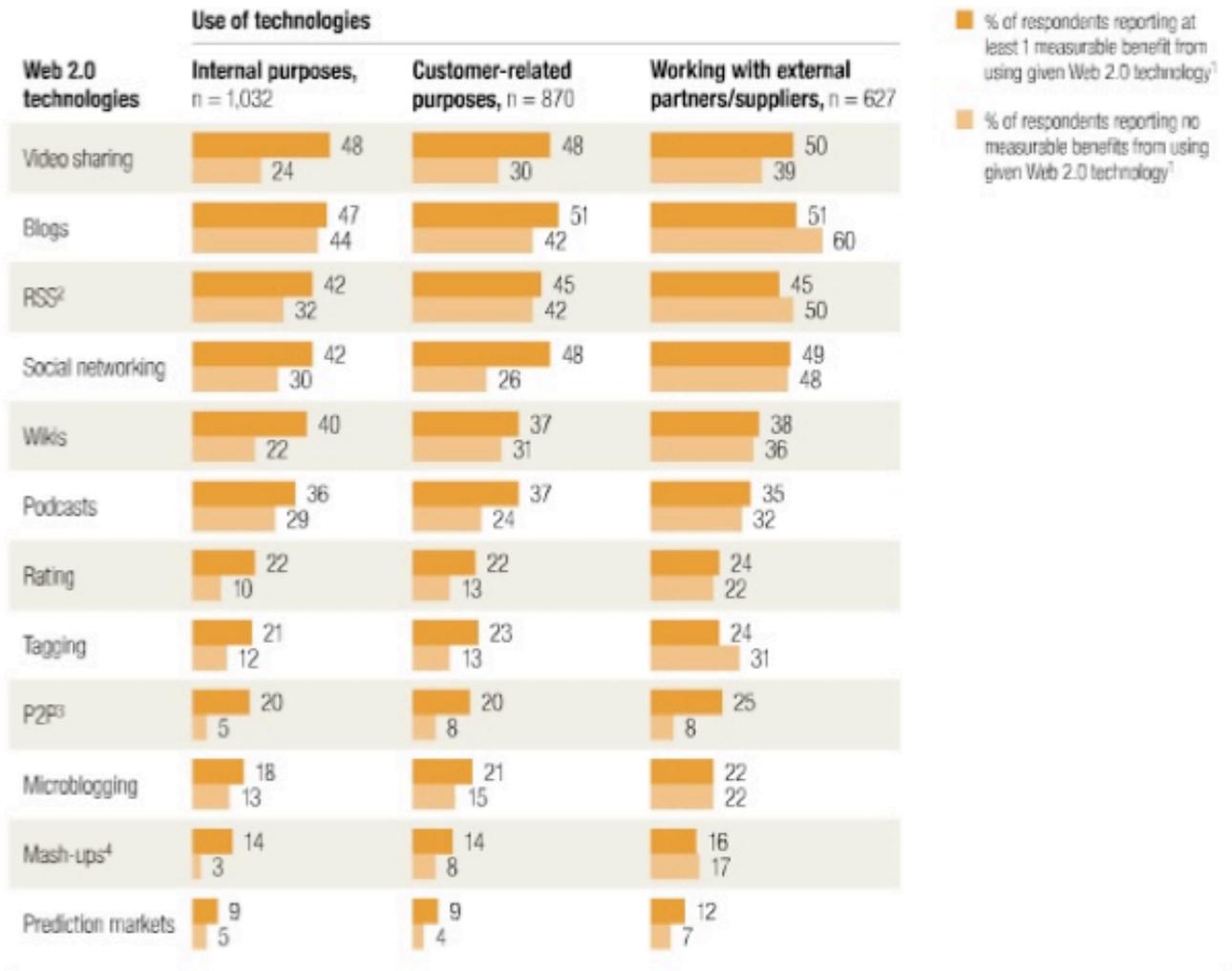
La *Real Simple Syndication* reprend automatiquement les titres et le contenu de sites d'actualités (exemple : rss du Monde Informatique, Newsletter d'entreprise etc.). Leur personnalisation permet de cibler précisément l'information que l'on recherche, ce qui améliore le management des connaissances.

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux, qu'ils soient ouverts (Facebook, LinkedIn) ou bien propres à l'entreprise, permettent de faciliter l'accès interne aux experts et l'expression de l'intelligence collective, et contribuent donc à une multitude de processus comme le travail collaboratif, le développement de la culture d'entreprise, la formation, le recrutement et l'innovation.

Wikis

Les wikis révolutionnent l'archivage des données et leur mise à jour. Ces applications nativement collaboratives permettent à n'importe qui de recevoir et de contribuer. Bien organisés, ils permettent d'exploiter pleinement l'intelligence collective d'une entreprise, ce qui contribue au travail collaboratif, à la formation, au management des connaissances et à l'innovation.



¹Includes respondents who are using at least 1 Web 2.0 technology.

²Really simple syndication.

³Peer to peer.

⁴A mash-up is a web application that combines multiple sources of data into a single tool.

Mix des technologies Web 2.0 en entreprise et bénéfices mesurés

Les technologies arrivées à maturation permettent vraiment d'obtenir des gains significatifs dans différents processus de l'entreprise. On identifie six processus clés principalement affectés par le Web 2.0 qui sont :

- Le travail collaboratif
- Le développement de la culture d'entreprise
- La formation
- Le management des connaissances
- Le recrutement
- L'innovation produit

| Processus | Technologies Web 2.0 utilisées |
|------------------------------|---|
| Travail Collaboratif | <i>blogs</i> <i>réseau social</i> <i>wikis</i> |
| Promotion de l'entreprise | <i>blogs</i> <i>réseau social</i> <i>partage vidéo</i> |
| Formation | <i>partage vidéos</i> <i>podcast</i> <i>réseau social</i> <i>wikis</i> |
| Management des connaissances | <i>wikis</i> <i>blogs</i> <i>partage vidéos</i> <i>rss</i> |
| Recrutement | <i>Réseaux sociaux</i> <i>blogs</i> |
| Innovation | <i>blogs</i> <i>wikis</i> <i>réseaux sociaux</i> |

Processus d'entreprise & technologies Web 2.0 utiles

D'autres technologies Web 2.0 ont déjà démontré leurs bénéfices, néanmoins ils sont souvent plus faibles que ceux des technologies présentées ci-dessus. On peut supposer que :

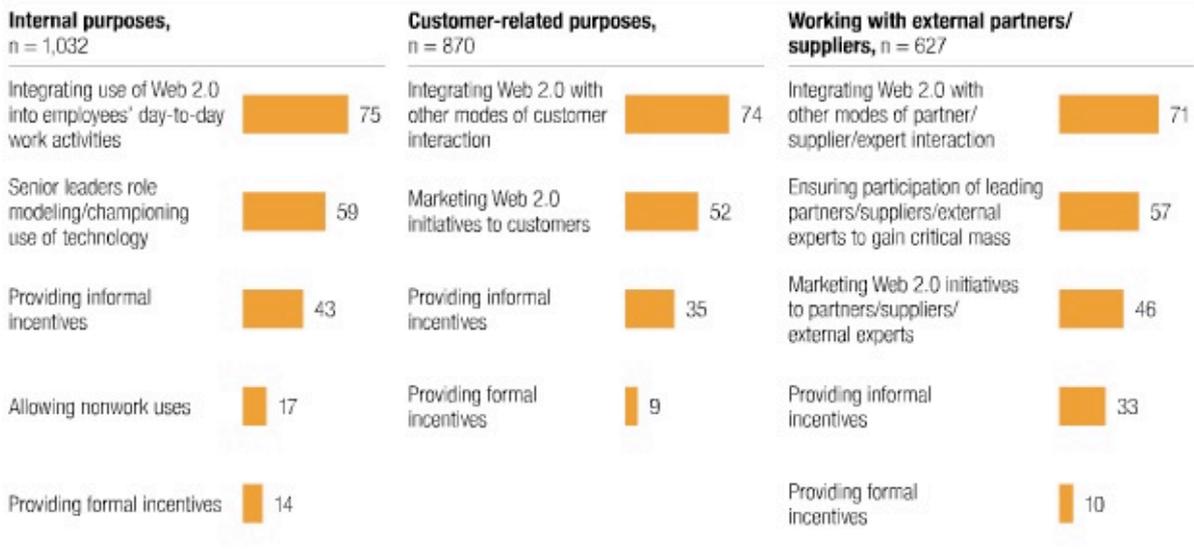
- Ces technologies sont moins pertinentes pour l'entreprise
- Ces technologies ne sont pas encore arrivées à maturation
- L'usage de ces technologies n'a pas encore été découvert

Car, comme nous l'avons présenté précédemment, le Web 2.0 est un phénomène en changement perpétuel. Les technologies et les usages de demain ne sont pas ceux d'aujourd'hui, et ils restent encore beaucoup de choses à faire avec les usages et techniques existantes ce qui nous amène à notre dernière partie d'identification des facteurs clés de succès des technologies Web 2.0 pour la mise en place d'usages Web 2.0 dans l'entreprise.

5) Facteurs clés du succès (et d'échec) de l'entreprise 2.0

Most important practices for successfully using Web 2.0 technologies,
% of respondents reporting at least 1 measurable benefit from using Web 2.0 tools¹

Use of technologies



¹Includes respondents who are using at least 1 Web 2.0 technology, even if on trial basis.

Facteurs clés du succès pour utiliser les technologies web 2.0

Parmi ces différents facteurs, trois semblent avoir une forte importance :

- Intégration de l'usage Web 2.0 dans les processus quotidiens
- Avoir des leaders modèles
- Donner des *incentives* informels, c'est à dire motiver l'utilisation par des facteurs motivants non financiers

Intégration de l'usage Web 2.0 dans les processus quotidien

Ce facteur très important est aussi le plus complexe. Il suppose d'avoir parfaitement compris la logique de management de l'entreprise, les différentes interactions et de créer un système qui supporte ces interactions et s'intègre au quotidien dans les flux de travail des collaborateurs sans les compliquer.

Des Leaders modèles

Tout changement commence par soi-même. Une innovation sera plus fortement utilisée si les leaders de l'entreprise montrent qu'ils s'en servent et qu'ils en ont des bénéfices. Une fois cette étape de gain de confiance dans la technologie passée, ce sont les autres employés qui voient la technologie comme une opportunité à saisir et non une procédure à suivre. Il en est de même quand l'un de nos partenaires clés ou bien nos clients s'en servent activement : cela encourage l'organisation à suivre cette dynamique.

Après plusieurs années de doutes autour des bénéfices du Web 2.0 pour l'entreprise, on constate aujourd'hui des bénéfices réelles, mais cela n'est qu'un début car :

- De nombreuses technologies ne sont pas encore arrivées à maturité
- De nouveaux usages sont découverts en continu
- De nouvelles technologies sont déjà en train d'être créées.

Facteurs clés d'échec

Malgré une maîtrise progressive des facteurs clés de succès, de nombreuses entreprises ont encore du mal à implémenter le Web 2.0 et ce, pour de multiples raisons :

- Exclusion du service SI dans l'implémentation
- Sélection de l'outil avant d'avoir analysé le besoin
- Pas de plan de développement à long terme de la plateforme
- Sélection d'un mauvais outil et absence de capacité de changement
- Manque d'animation de la plateforme, manque de contenu à la base
- Pas de masse critique, pas assez d'utilisateurs et de services engagés
- Pas de ressources affectées à la formation et la conduite du changement
- Approche Top Down, pas d'implication des employés dans le processus
- Initiatives du service SI mais pas d'engagement du reste de l'entreprise
- Manque d'utilisation par les leaders et les utilisateurs clés de l'entreprise

De par la multiplicité des facteurs à maîtriser, la mise en place d'un projet Web 2.0 en entreprise est très complexe. De nombreux facteurs organisationnels peuvent avoir un rôle important dans la mise en place d'une initiative Web 2.0, comme par exemple l'âge des collaborateurs, ou bien le style de management. On constate souvent que les jeunes *start up* développent dès leur création des usages de travail collaboratif. Aussi peut-on se demander si les entreprises n'auraient pas, pour une fois, des choses à apprendre des associations.

III – L’ASSOCIATION 2.0 ¹³

Après avoir fait l'état de lieux du Web 2.0 et de sa mise en place en entreprise, nous pouvons à présent entamer notre analyse du Web 2.0 au sein des autres organisations : ONG et associations. Plus qu'une simple utilisation de technologies on retrouve de nombreuses similarités entre le Web 2.0 et le monde associatif car ils partagent de nombreux communs au niveau de leur mode de fonctionnement. Ces dernières années l'usage de technologies Web 2.0 s'est multiplié dans de nombreuses organisations comme Greenpeace, Oxfam, WWF, mais aussi dans des petites structures associatives qui commencent progressivement à se gérer des blogs et à mettre en avant leurs actions à travers les autres réseaux sociaux. Ils semblent mêmes que la sphère associative soit en avance par rapport à la sphère professionnelle.

Afin de mieux comprendre ce phénomène nous présenterons les bénéfices du Web 2.0 pour ces organisations. En quoi sont-ils similaires, en quoi sont-ils différents de ceux de l'entreprise 2.0. Puis nous évoquerons les facteurs qui jouent un rôle important dans la mise en place du Web 2.0 au sein des organisations non lucratives.

¹³ Par association nous intégrons dans ce mot toutes les associations, ONG, et organisations non lucratives, même de légères différences légales peuvent exister entre ces différentes structures, dans cette partie nous alternerons souvent les trois expressions.

1) Les opportunités du Web 2.0 pour les organisations

Les organisations, à la différence des entreprises, ont en général pour objectif de maximiser leur impact social, et non leurs bénéfices ou leur chiffre d'affaire. Néanmoins, tout comme les entreprises, elles doivent maîtriser un ensemble de processus internes et externes qui leur permettent de :

- Survivre
- S'organiser
- Se développer.

On retrouve dans presque toute organisation les processus suivants :

- Trouver des fonds
- Analyser son environnement
- Recruter des volontaires
- Faire des projets collaboratifs
- Former ses membres
- Communiquer en interne et en externe.

Pour chacun de ces processus, des technologies Web 2.0 existent :

| Processus Organisation | Technologies Web 2.0 |
|---------------------------------|--|
| Trouver des fonds | <i>blogs</i> <i>réseaux sociaux</i> |
| Analyser son environnement | <i>réseaux sociaux</i> <i>rss</i> |
| Recruter des volontaires | <i>blogs</i> <i>partage vidéo</i> <i>réseaux sociaux</i> |
| Gérer des projets collaboratifs | <i>réseaux sociaux</i> <i>rss</i> <i>wikis</i> |
| Former ses membres | <i>blogs</i> <i>partage vidéo</i> <i>réseaux sociaux</i> <i>wikis</i> |
| Communiquer | <i>blogs</i> <i>partage vidéo</i> <i>réseaux sociaux</i> <i>rss</i> <i>wikis</i> |

Processus des organisations & technologies Web 2.0

Ce qu'une association peut faire en cinq minutes ...

N'importe quelle association peut en quelques clics :

- Créer son blog et communiquer régulièrement un message accessible à tous
- Avoir un compte Twitter et transmettre des informations clés à son réseau
- Gérer un profil Facebook, un groupe de fans et toute sa communauté attachée
- Travailler sur des outils collaboratifs via Google Doc, Zoho etc.

L'open source

Chaque année, des groupes d'experts informaticiens bénévoles du monde entier créent des milliers de logiciels libres « open source » et ce via des technologies Web 2.0 très simples :

- Via les réseaux sociaux, les programmeurs font connaissance et deviennent des références dans un domaine
- Via les wikis, l'expérience du passé est conservée permettant construire sur ce que l'on sait déjà

Des logiciels comme Mozilla Firefox, Open Office, des systèmes d'exploitations comme Linux sont parfois plus populaires et utilisées que les solutions payante.s

Taking IT Global

TakingIT Global est une organisation créée par des jeunes pour des jeunes en 2004. L'idée était de fédérer un maximum de jeunes de la planète autour d'un même réseau et de leur donner des moyens d'agir sur les problèmes du monde. Via sa plateforme Web 2.0, le site permet aux jeunes de :

- S'informer : accès à des études, travaux fait par des spécialistes et des passionnés
- Echanger : des idées, des envies, proposer la création de nouveaux projets
- Agir : Créer un projet et le communiquer aux jeunes du monde entier

Comme l'explique Seth Godin, n'importe quelle organisation, qu'elle que soit sa taille, sa situation géographique ou ses membres, peut aujourd'hui accéder et faire travailler pour elle un réseau mondial, si l'idée qu'elle soumet est attractive et bien communiquée sur les médias sociaux. Le Web 2.0 a permis de soulever les deux principales limites de fonctionnement des organisations : la difficulté d'accéder à des outils à la pointe de la technologie pour innover et l'accès aux opportunités. Le Web 2.0 est peut être l'opportunité principale de développement pour les organisations du monde entier. Plus que cela, on peut constater que ces organisations ont des facteurs internes qui favorisent l'utilisation de ces technologies.

De tous les outils de l'Internet collaboratif pour les associations, trois émergent au niveau de leurs forces :

- Les médias sociaux : possibilités de créer des *buzz* et manager sa E-reputation
- Les outils de *fundraising* Online qui peuvent soulever des millions
- Les plateformes de travail collaboratif

Le Buzz Associatif

Via les médias sociaux les associations ont la possibilité de créer et diffuser des messages tout aussi forts que ceux des meilleurs annonceurs publicitaires, et ce gratuitement. Pour illustrer cet exemple : la campagne et le buzz *Green My Apple*.



Campagne Greenpeace : www.GreenMyApple.org

Greenpeace est l'une des ONG les mieux parées au niveau du Web 2.0 et de son utilisation des médias sociaux. En 2007 elle lance une sérieuse attaque contre Apple. Suite à la publication du Guide pour une Hi-Tech responsable, les ordinateurs Apple sont en queue de classement, faisant partie des 3 constructeurs les plus polluants. Greenpeace va alors retourner le marketing d'Apple contre son constructeur. En quelques mois un site Green My Apple est créé qui parodie le *design* et les même les messages publicitaires d'Apple, tout en dénonçant la pollution de ces ordinateurs. Puis commence une déferlante de vidéos, messages, échangés sur les différents réseaux sociaux sur cette campagne.

En quelques mois de nombreux utilisateurs Apple prennent connaissance des dangers de leurs ordinateurs. C'est alors que le 2 Mai 2007, Steve Jobs le CEO d'Apple, annonce lui même le lancement d'ordinateurs plus écologique et le changement radical du positionnement d'Apple.

Nine months after this site started, Steve Jobs posted "[A Greener Apple](#)". He heard Apple customers ask for a green Apple. Big thanks to everyone who took part – you encouraged Steve to start being a green leader. This award winning website is now archived, but discover how [thousands of Apple fans got involved](#), the latest greener electronics developments and how to challenge the industry to go further.

Message du site www.GreenMyApple.org neuf mois après le lancement de la campagne

Via une simple campagne de communication innovante et le relais de celle ci sur les médias sociaux, quelques membres d'une ONG ont réussi à faire plier d'un des plus grands constructeurs mondiaux d'informatique. Ce buzz montre comment n'importe quelle association peut se servir d'Internet pour faire passer des messages fort sur son activité et agir directement sur la société.

Le Fundraising Online

Des milliards gagnés par Google via la publicité en ligne, un milliard de dollars récoltés Online au profit des associations en 2007, des millions récoltés par Barack Obama lors de sa campagne. Il semble donc vraiment avoir un véritable « marché » à pourvoir pour les ONGs sur le fundraising online. Et pour cela elle ne nécessite d'aucune compétence spécifique car des entreprises comme IZI Collecte, PayPal, ou bien d'autres organisations proposent d'ores et déjà des solutions pour aider les associations à établir et gérer leur stratégies de fundraising.

Izi-Collecte : La Start Up du fundraising

La démarche d'Izi-collecte : *susciter la générosité du public en donnant la possibilité au public d'interagir avec les associations.* Par cet outil n'importe quelle association peut:

- S'équiper d'un outil performant de collecte de fonds
- Gérer automatiquement une partie des processus de communication (référencement, messages sur les réseaux sociaux etc.)
- Gérer ses fonds et les processus légaux liés aux dons

Aujourd'hui plus de 500 associations françaises ont commencé à se servir d'Izi-Collecte et presque toutes ont augmentés leurs sources de financement.



Les outils de travail collaboratif

Des projets de plus en plus complexe, des équipes qui s'agrandissent et s'internationalisent, des membres de plus en plus nombreux. Les associations doivent faire face à tous ces enjeux dans la gestion de leurs projets au quotidien. Pour cela une multitude d'outils rendent cette collaboration possible à travers l'utilisation d'Internet. Et comme la plupart des autres outils une grande majorité des outils de travail collaboratifs sont gratuits. En voilà quelques un :

- Doodle : gestion des dates de réunions
- Ning : création de réseaux sociaux collaboratifs
- Basecamp : un outil utilisé aussi bien par les entreprises que les ONGs
- Google App : un ensemble d'outil : suite office, calendrier, groupes, wikis etc.

Les outils sont nombreux et efficaces. Et on constate souvent que malgré le faible nombre d'associations qui les utilisent, une fois implémentés les résultats et bénéfices semblent encore plus fort dans les associations qu'en entreprise. Nous allons expliquer ce phénomène dans la partie suivante.

2) Des synergies multiples

a) Associations & Web 2.0 : Un modèle similaire

Une organisation non lucrative repose sur plusieurs principes :

- La réponse à un besoin social
- Le travail collaboratif
- La liberté d'engagement
- L'intégration à un réseau social
- La culture de la gratuité

Ces principes sont très similaires à ceux du Web 2.0, d'où la multitude de synergies entre ce type d'organisation et le développement de ces technologies.

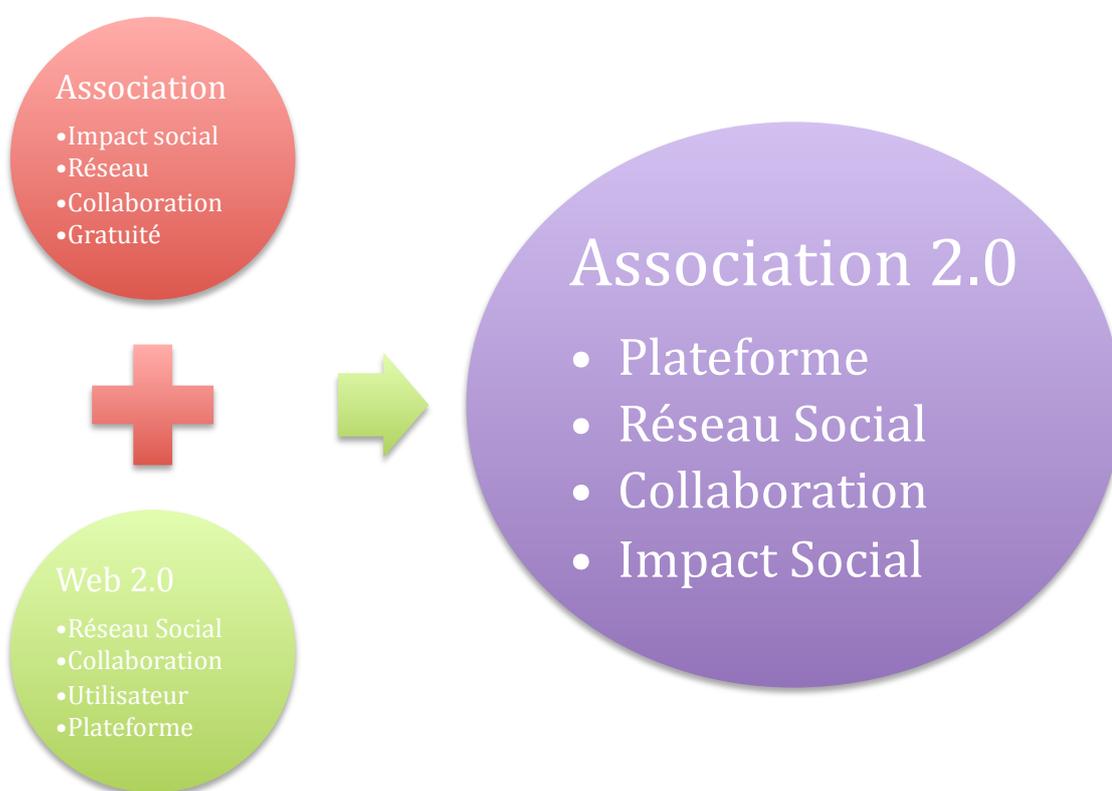


Schéma : Synergies Web 2.0 et organisation

Fonctionnement Réseau

Une organisation est avant tout un groupe de personnes travaillant ensemble avec un objectif et des valeurs communes. Encore plus qu'en entreprise les membres d'un réseau associatif cherchent à se socialiser, la culture réseau étant même parfois supérieure aux autres objectifs associatifs.

Travail Collaboratif

Par définition le travail dans une association est collaboratif. Une association cherche avant tout à créer un impact social fort dans son domaine et ce quelque soit le nombre de collaborations nécessaires pour y arriver. Une association s'alimente du travail bénévole : plus il y a d'individus, plus la capacité à créer un projet fort se développe. Quand dans une entreprise le travail collaboratif est un moyen d'atteindre ses objectifs personnels, il est, dans une association, la source principale d'activité, en raison de :

- Une implication partielle des membres
- La complexité des projets associatifs

Le Web 2.0 a trouvé un terrain favorable à son développement au sein des associations car le mode de travail associatif est lié à celui du Web 2.0. C'est pourquoi de nombreuses associations sont en avance dans la mise en place du Web 2.0, malgré les millions dépensés par les entreprises en conseil et formation dans le déploiement de ces technologies. Il faut également prendre en compte le changement de classe d'âges des équipes associatives qui a un rôle important.

b) Digital Natives : Une génération associative

Cette génération plus jeune a, ces dernières années, intégré de plus en plus la vie associative, et comparés à leurs prédécesseurs les étudiants d'aujourd'hui savent mieux se servir des NTIC. D'après Wikipédia, le terme « génération Y » désigne les personnes nées dans les années 70-90. D'autres termes équivalents existent : « enfants du millénaire », « net génération », ou « digital natives ». Ils font parler d'eux dans les médias et sont en train de changer plusieurs règles sociales et économiques, sans s'en rendre compte et sans coordination hiérarchique.

On identifie ces « jeunes » par des caractéristiques clés :

- **Nés avec les technologies** : ils n'ont pas connu le monde sans Internet et ne se voient pas vivre sans l'utilisation optimale des technologies
- **Acteurs du Net** : ils ne surfent pas, ils font partis du Net, animent les réseaux, créent des blogs etc.
- **Apprentissage permanent** : ils aiment découvrir, inventer, se challenger et voyager
- **Equilibre entre vie professionnelle et personnelle** : ils ont des aspirations multiples
- **Implication** : ils s'impliquent fortement dans des projets personnels ou associatifs et aiment prendre des responsabilités

Dans les blogs sur la génération Y, on parle beaucoup des changements requis dans le mode de fonctionnement de l'entreprise, et en particulier dans son rapport à la hiérarchie et ses référentiels de connaissance. Cette génération ne respecte plus les hiérarchies pour ce qu'elles sont mais pour leurs compétences. La connaissance n'est plus pour elle dans les médias classiques, mais en accès libre au sein des réseaux sociaux ou de la communauté web. Toutes ces caractéristiques expliquent en quoi cette génération contribue à propager les technologies Web 2.0 dans les associations.

Facebook et les associations étudiantes

Ce n'est pas anodin si Facebook a été créé par des jeunes pour des jeunes. Utilisé à la base comme trombinoscope des étudiants d'Harvard, le réseau s'est rapidement imposé comme une référence, en particulier pour les associations étudiantes qui cherchent en permanence à communiquer en interne ainsi que sur leur activité. Sans aucune coordination, une multitude de groupes d'associations étudiantes se sont progressivement créés sur Facebook. Ce réseau leur permet de fédérer, de structurer et de faire la promotion de leur réseau.

Lorsque dans une entreprise on anticipe la mise en place du Web 2.0, ce phénomène se fait de manière quasi naturelle dans les associations, via les logiques de fonctionnement associatives, mais aussi l'entrée de la génération Y dans la vie associative.

3) Etat de lieux de l'association 2.0

D'après notre étude faite auprès de responsables associatifs, ces technologies ont réellement un impact positif. Depuis l'article de 2004 paru dans *Wired*, qui présentait le Web 2.0 comme l'une des meilleures aubaines du siècle pour les organisations non lucratives les choses ont pas mal évolués. En 2007, on estime les donations faites à ces organisations à près de 241 milliards, dont un milliard fait Online, ce qui est un bon début mais semble encore très faible compte tenu du potentiel. En 2008 seul quatre associations françaises sur cinq disposait d'un site Internet. De plus d'un point de vue structurel de nombreuses organisations ont encore peur de faire le grand saut, certains responsables n'ayant pas vraiment les connaissances nécessaires pour gérer le changement. Il est néanmoins assez intéressant d'avoir un point de vue plus général sur la question et d'analyser les potentielles opportunités et menaces liées au Web 2.0 pour les associations.

Forces

- **Avantages internes de l'organisation 2.0**
 - Meilleur accès aux experts
 - Meilleur accès à l'information
 - Coût et productivité
- **Avantages externes : meilleure Communication & Positionnement**
 - Positionnement sur les réseaux et médias sociaux
 - Programme Online de récolte de fonds
- **Gratuité des outils** : de nombreuses technologies sont entièrement gratuites
- **Intérêt personnel des utilisateurs** : les utilisateurs gagnent également à se servir de ces outils

Faiblesses

- Manque de ressources pour aider à la conduite du changement
- Difficulté à évaluer le retour sur l'investissement
- Peu d'associations ont des sites Internet
- Difficulté d'accès Internet

Opportunités

- Techniques d'implémentation qui arrivent à maturité
- Nouvelles technologies Web 2.0
- Membres des associations déjà familiarisés avec les outils
- Nouveau modèle d'engagement associatif possible via ces nouvelles technologies (exemple : engagement virtuel, travail collaboratif à distance etc.)

Menaces

- Le tout technologique : la dépendance informatique
- La confidentialité des connaissances, perte de contrôle sur l'information donnée
- L'exclusion numérique : ne pas pouvoir impliquer certains acteurs en raison du manque d'accès aux technologies

4) L'association 2.0 du futur ...

Que ce soit concernant les entreprises ou les associations, nous sommes loin d'avoir pleinement intégré ces technologies à notre quotidien. En quelques années la manière dont travaillaient les associations a radicalement changé, et on peut imaginer que cette tendance va encore se poursuivre dans les années à venir. Les principaux changements à prévoir sont :

- **L'engagement associatif 2.0** : dans le passé l'engagement se limitait aux concepts de bénévoles et financeur, dorénavant n'importe qui mettant une bannière associative à un endroit stratégique peut permettre à une association de gagner des millions d'euros
- **Une association virtuelle** : quand l'association se limitait à un concept physique, voire même à un bureau, aujourd'hui une association peut devenir internationale et gérer une multitude de projets internationaux et ce, en quelques clics.
- **La professionnalisation des communautés Web 2.0** : Barack Obama pendant sa campagne a réussi à gagner des millions de dollars simplement générés par le trafic sur son site. On imagine que de plus en plus les communautés virtuelles des associations via le trafic qu'elles génèrent peuvent trouver des sources de financement.

Dans le futur les bénévoles se retrouveront de plus en plus dans les espaces virtuelles, il semble donc nécessaire que de nombreux changements interviennent au niveau associatif, car si aujourd'hui ces technologies sont une opportunité pour les associations, elles vont devenir requises pour survivre, aussi les associations ne réussissant pas à faire de bonnes transitions s'exposeraient-elles à sortir du système.

Tout comme pour l'entreprise, les technologies Web 2.0 sont pleines d'opportunités pour les autres organisations. Du recrutement des membres à l'amélioration de la communication interne en passant par la communication externe et la recherche de fonds, une association 2.0 peut décupler ses forces et l'impact qu'elle crée sur la société.

On a également constaté que la transition vers le Web 2.0 qui peut être très difficile pour une entreprise peut dans bien dans de nombreux cas être plus facile dans les associations. La logique associative étant très similaire à celle des outils de travail collaboratif. Tout comme on observe une corrélation entre les valeurs qui animent le monde associatif et les facteurs clés de succès de déploiement et d'usage de ces plateformes. Autre facteur très favorable, l'entrée de la génération Y dans le monde associatif. Parallèlement aux changements créés dans l'organisation des entreprises, ces individus apportent leur différence et leur expérience des technologies dans le monde associatif, ce qui renforce le développement des associations 2.0.

Cependant, beaucoup d'associations éprouvent encore des difficultés à les mettre en place. Ces difficultés sont généralement similaires à celles qu'éprouvent les entreprises, mais les associations sont pénalisées par le manque de moyen pour faire appel à une expertise externe quand l'information n'est pas disponible. Néanmoins, le développement du Web 2.0 semble difficilement pouvoir être arrêté, et les changements initiés ne vont que s'amplifier dans les années à venir, changeant pour toujours le paysage associatif aussi bien pour associations d'hier que pour les plus jeunes.

AIESEC, une ONG qui a plus de soixante ans, mais qui est à la fois dirigée par des jeunes nous montre comment la transition est possible pour n'importe quelle association afin de devenir une organisation 2.0

IV - L'EXPERIENCE D'UNE ORGANISATION 2.0 : AIESEC

Pendant près de 5 ans j'ai eu l'opportunité de travailler dans une organisation unique, jeune et expérimentée à la fois. Après 60 ans, AIESEC continue toujours de se développer. En ce début de siècle, l'organisation a rapidement compris que pour poursuivre son développement elle devrait poursuivre des chantiers importants au niveau technologique, afin d'être capable d'adapter ses compétences au changement de l'environnement externe. Depuis mon entrée dans l'organisation j'ai pu constater de très près les changements fondamentaux liés à l'utilisation des nouvelles technologies, Web 2.0 au sein d'AIESEC.

Etant à la fois un utilisateur du système et l'un des multiples pionniers ayant orienté et conduit ce changement, j'aimerais vous présenter cette organisation unique que l'on pourrait qualifier de 2.0. Nous verrons ensuite quels systèmes elle utilise et les bénéfices qu'elle en retire. Puis nous jetterons un regard plus critique et analytique sur les facteurs clés du succès qui ont permis de mettre en place un tel système, mais aussi ses faiblesses et menaces. Pour terminer, nous nous projetterons dans le futur en imaginant l'avenir du Web 2.0 dans AIESEC.

1) AIESEC : Une Organisation unique

Avec plus de 60 ans d'existence, AIESEC est la plus grande ONG internationale étudiante au monde. Créée à l'origine par sept étudiants européens juste après la Seconde Guerre Mondiale, l'organisation a évolué avec son temps et su se développer et innover.

a) AIESEC Aujourd'hui

Présentation

Après 60 ans d'existence et plus de 38 000 membres, AIESEC est actuellement la plus grande ONG Internationale étudiante, présente dans plus de 110 pays et 1800 universités. L'organisation se définit comme la plateforme internationale visant à permettre aux jeunes d'explorer et de développer leur potentiel et leur compétence de leadership.¹⁴

Reconnue d'utilité publique et disposant d'un siège consultatif à l'ONU, le réseau s'appuie régulièrement sur des personnalités comme Kofi Annan ou des alumni tels le prix Nobel de la paix 2008 Martti Ahtisaari. Plus concrètement l'organisation a trois cœurs d'activités :

- Les **programmes internationaux d'échange de stages** : en 2008 près de 7500 étudiants ont réalisé un stage à l'étranger via AIESEC
- Le **développement professionnel et personnel des jeunes** : l'an dernier près de 8000 étudiants ont suivi un programme et une expérience de développement du leadership
- Les **thématiques globales** : formation et sensibilisation à l'entrepreneuriat Social, à la responsabilité sociétale, à l'éducation, au développement durable etc.

AIESEC 2010 : Les objectifs

AIESEC s'est fixé cinq objectifs principaux à atteindre avant décembre 2010.

Nombre d'échanges internationaux : 12 000

Nombre de jeunes ayant une position de Leadership: 12 000

Nombre de Membres : 50 000

Nombre de Pays du réseau: 111

En 2004 AIESEC comptait 20 000 membres aujourd'hui ses effectifs ont presque doublé.

¹⁴ *The international platform for young people to explore and develop their leadership potential.*

b) Quelques caractéristiques d'AIESEC

Zero Retention

Le *Career Innovation Group* a écrit un article sur AIESEC qualifiant l'organisation d'une *Zero Retention Organization*, c'est à dire incapable de garder ses membres. Ce qui est vrai dans un sens car l'intégralité des membres étant étudiants, chaque année près de 50% des membres quitte l'organisation. Malgré cela chaque année de nouveaux membres rejoignent l'organisation, mais surtout l'intelligence collective AIESEC se conserve d'année en année malgré un changement continu des membres. Les chercheurs disent « *AIESEC has established practices that help provide a stable structure, enable the transfer of knowledge, and ensure the organisation will continue to grow* »

Une Organisation Démocratique

Récemment, World Blu¹⁵ a remis un prix à AIESEC pour être l'une des organisations les plus démocratiques au monde. En effet l'une des caractéristiques clés d'AIESEC est que toutes les décisions sont prises par les membres directement ou indirectement, ce qui crée un véritable management participatif au sein de l'organisation. Aussi les programmes de développement de leadership au sein d'AIESEC sont-ils très ancrés sur le *servant leadership* : l'idée du leader qui est capable d'exploiter au mieux les forces de son équipe sans qu'il ait besoin de faire preuve d'autorité.

Ces deux caractéristiques d'AIESEC ont plusieurs points communs avec la philosophie du Web 2.0 et des organisations 2.0 :

- Centré sur l'utilisateur et l'individu
- Partager et Collaborer les idées et les projets

On comprend mieux pourquoi adopter les technologies Web 2.0 est devenu quasiment instinctif pour AIESEC.

2) Gestion des connaissances et communication 2.0 chez AIESEC

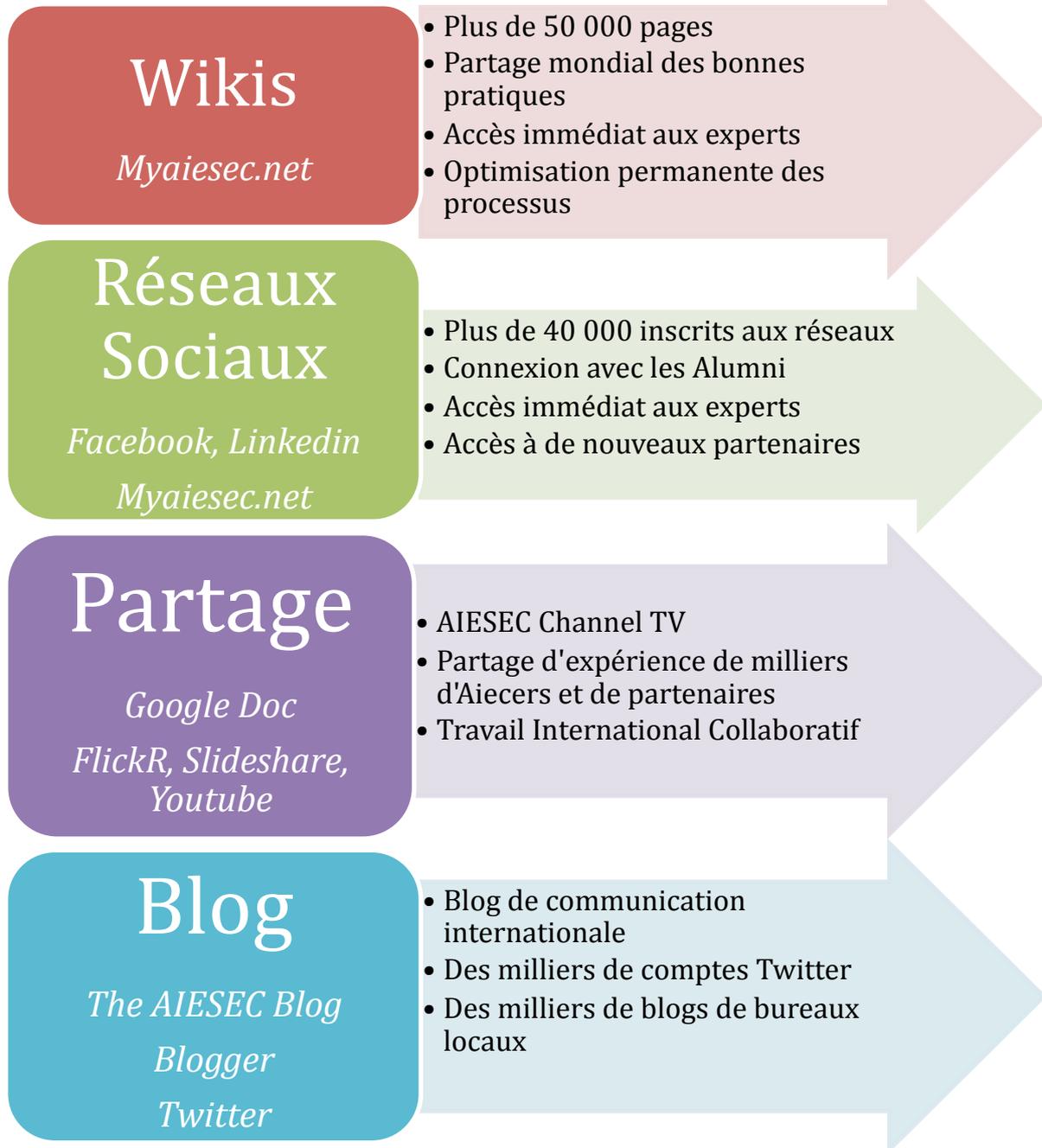
En 2008 est lancé www.myaiesec.net : la nouvelle plateforme interne Web 2.0 d'AIESEC. Pour ces 60 ans, AIESEC se dote d'un système innovant et unique : une plateforme basée sur les besoins de l'utilisateur. Réalisé en partenariat avec TCS¹⁶ on retrouve des wikis, des groupes de travail collaboratif, et des réseaux sociaux. Cette plateforme est le début de la stratégie Web 2.0 d'AIESEC. En quelques mois AIESEC va réussir ce que peu d'organisation font, à savoir migrer tout son système d'information sur la plateforme et inviter plus de 30 000 utilisateurs à faire de même.

¹⁵ World Blue est une fondation internationale qui classe les organisations sur leur niveau de démocratie.

¹⁶ Tata Consulting Services : L'une des plus grandes SSII Indiennes.

Nous présenterons le système Web 2.0 d'AIIESEC dans son ensemble d'un point de vue global, puis insisterons sur la gestion des connaissances en interne et la gestion des médias sociaux.

a) Technologies et Impact



Zoom sur les Wikis Processus Collaboratifs

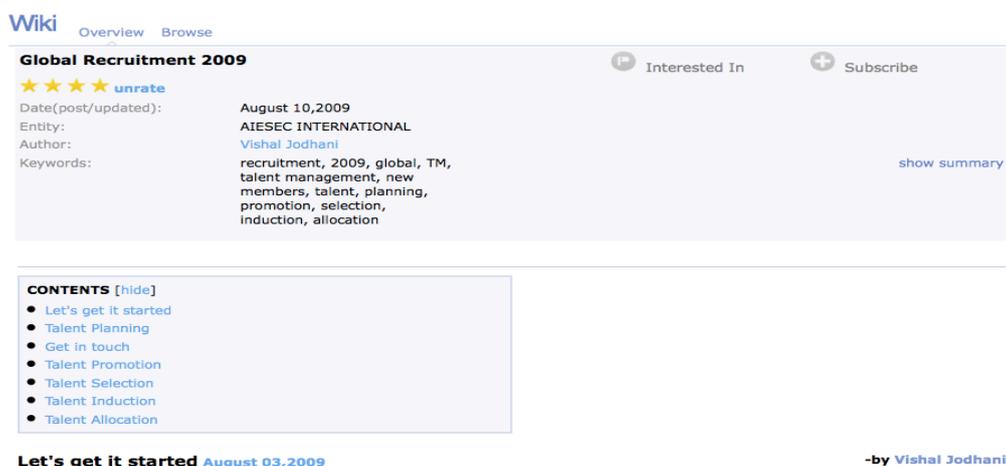
Rappel d'un Processus

L'une des principales fonctionnalités du système d'information Web 2.0 d'AIESEC est l'utilisation de Wikis Processus Collaboratifs. Comme les autres Wikis ils sont accessibles par tous avec d'un coté une partie du contenu géré par les experts du processus¹⁷, et une autre partie pouvant être mis à jour par tous les utilisateurs comme les forums de discussions, les bonnes pratiques locales etc..

Description du contexte

Un processus est défini comme *une suite d'opération et tâches nécessaires à une organisation*. Par exemple dans les processus *Talent Management* d'AIESEC on retrouve l'ensemble des processus liés aux ressources humaines: la planification du recrutement, le marketing des talents, la gestion de l'intégration, la formation des talents etc. Chaque bureau AIESEC dans le monde doit gérer ses processus chaque année afin d'avoir des membres. Nous avons donc près de 1800 fois un processus similaire dans AIESEC à un moment donné, est-il donc vraiment nécessaire pour chaque bureau local de créer un nouveau processus ou bien peut-il s'appuyer sur l'expérience passée, ou bien des autres pays pour faire son recrutement ?

C'est à ce niveau qu'intervient l'usage de Wikis Processus Collaboratifs.



The screenshot shows a Wiki page for 'Global Recruitment 2009'. At the top, there are navigation links for 'Wiki', 'Overview', and 'Browse'. The page title is 'Global Recruitment 2009' with a star rating of four stars and an 'unrate' button. To the right, there are buttons for 'Interested In' and 'Subscribe'. The main content area includes a table with the following information:

| | |
|---------------------|--|
| Date(post/updated): | August 10,2009 |
| Entity: | AIESEC INTERNATIONAL |
| Author: | Vishal Jodhani |
| Keywords: | recruitment, 2009, global, TM, talent management, new members, talent, planning, promotion, selection, induction, allocation |

Below the table, there is a 'show summary' link. A 'CONTENTS [hide]' section lists several sub-topics: 'Let's get it started', 'Talent Planning', 'Get in touch', 'Talent Promotion', 'Talent Selection', 'Talent Induction', and 'Talent Allocation'. At the bottom of the page, there is a link to 'Let's get it started August 03,2009' and a signature '-by Vishal Jodhani'.

Stop. Pause. Think.



Wiki Processus Global Recruitment de Myaiesec.net

¹⁷ Les équipes de support globales que nous présenterons plus tard.



Technologies Web 2.0 d'AIESEC & Bénéfices

Utilisation

Le Wiki Processus Global créer par les experts, et sur feedbacks des comités locaux, alimentent en connaissance la création de wikis nationaux plus adaptés à la réalité du pays qui permettent à leur tour de supporter l'exécution des processus au niveau de tous les comités locaux. Les comités locaux faisant remonter leurs résultats on sait avec précision quel processus a été le plus efficace, ce qui permet d'optimiser le processus et de l'adapter d'année en année.

Chaque année près de 1800 bureaux se partagent ainsi leurs bonnes pratiques et les transfèrent à leurs successeurs. Les Wikis Processus Collaboratifs sont l'un des éléments clés de la gestion des connaissances dans AIESEC

b) Myaiesec.net : Intranet User Focus

Lancé en 2008, le système connecte tous les membres d'AIESEC à travers le monde. A chaque inscription d'un membre dans AIESEC, un compte personnel Myaiesec.net est automatiquement créé lui permettant :

- D'accéder aux modules de formation et de s'auto former sur une multitude de choses (compétences personnelles, connaissances organisationnelles), via les Wikis et les modules de *E-Learning*
- De communiquer avec l'intégralité des réseaux que ce soit des membres ou bien des bureaux locaux via les Wikis, les groupes de discussion et les fonctionnalités de réseaux
- De s'informer sur les opportunités (conférences, postes disponibles, stages internationaux)
- De manager le programme international de stages qui permet chaque année de faire partir plus de 8000 étudiants
- De suivre la gestion et le développement de ses compétences et de celles de son équipe

Près de 80% des données numériques organisationnelles d'AIESEC sont disponibles en accès libre pour la totalité des membres de nos réseaux. Malgré un roulement continu des membres et une gestion démocratique à la source, le réseau Myaiesec.net et son utilisation permettent l'animation de l'intelligence collective en continu. Chaque année il capitalise sur les connaissances passées, et les membres peuvent prendre leur décision en connaissance de causes, ayant presque accès à toute l'information.

Le réseau interne bien qu'efficace n'était pas parfait (nous verrons plus tard toutes les critiques que nous pouvons lui adresser), néanmoins un des défauts principal était lié au fait que ce réseau n'était qu'interne, c'est à dire qu'il enfermait les membres dans une bulle et ne permettait donc pas de communiquer sur le web sur l'activité d'AIESEC alors que des milliers de membres y travaillaient en continu. C'est ce qui a amené AIESEC à faire évoluer sa stratégie en créant une campagne de communication originale intitulé *Telling the Story 2.0*.



Logo Campagne de Communication Telling the Story 2.0

c) AIESEC Online : NGO 2.0 Activated !

Compte tenu de ses objectifs organisationnels ambitieux, AIESEC s'est posé deux questions. Quelle est ma ressource principale en tant qu'organisation ? Comment utiliser au mieux cette ressource via les nouvelles technologies ?

La réponse à la première est question est : ses membres. L'objectif d'AIESEC étant focalisé sur le développement personnel et professionnel des membres, ils sont donc sa principale force et son meilleur facteur de communication. En 2007, une campagne de communication innovante est lancée : *I am an Aiesecer*. L'idée est simple et elle va au-delà de préparer des messages de marketing. Comme le disait la responsable communication d'AIESEC International: « *The stories we tell determine the stories we'll live and the organisation we are* ». AIESEC décide donc de former chaque membre de faire un témoignage et partager son expérience en répondant à ces deux questions : Quelle est son expérience et son rôle dans AIESEC ? Quels en ont été les bénéfices dans son parcours ? Via la création de cette campagne de communication chaque membre a compris qu'il pouvait être acteur en sachant comment communiquer son expérience.

En 2009 AIESEC a compris comment répondre à la deuxième question. En invitant les membres à partager leur expérience sur différents réseaux et médias sociaux tels que : Blogger, Facebook, Flickr, LinkedIn, Twitter, Wordpress, YouTube etc. il était possible de créer un Buzz permanent sur AIESEC dans le monde entier. Alimentée par des milliers membres, alumni et mêmes partenaires d'AIESEC, cette campagne appelé *Telling the Story 2.0* est basée sur la mise à jour du nouveau site web AIESEC Online et l'utilisation des nouveaux canaux de communication.



Exemple de bannières Web : I am an AIESECer – Mauricio Aiesecer Brésilien

Plutôt que de créer un site Internet au contenu actualisé par un Webmaster, AIESEC Online (le nouveau site lancé en 2009) n'est qu'une plateforme qui se connecte aux différents réseaux et médias sociaux d'AIESEC, l'organisation s'est donc positionné clairement sur ses *Channels* de communication. La communication y est faite quotidiennement par les membres du monde entier. Plus besoin de faire des mises à jour, le site s'actualise en continu via les utilisateurs eux-mêmes. Aujourd'hui cette campagne est devenu le cœur stratégique de communication AIESEC.

Même s'il est difficile d'évaluer avec précision l'impact de cette stratégie de communication, elle semble vraiment être un succès. En effet en deux ans l'organisation a presque doublé ses effectifs, passant de 23 000 membres en 2007 à près de 38 000 en Septembre 2009. L'organisation a également su se développer sur d'autres aspects : hausse du nombre de partenaires, augmentation du nombre d'étudiants partis en stages etc., et ce, au cœur d'une crise financière internationale. Probablement ne peut-on pas dire que seul son système d'information lui a permis de faire cela, néanmoins semble-t-il être l'un des facteurs clés du succès d'AIIESEC au cours des cinq dernières années.

Partnering with AIIESEC

Today, more than 4,000 organizations -from multinational to small and medium scale business, non-profit to government and the UN- are partnering with AIIESEC.

AIIESEC's unique network offers unique opportunities for organizations to co-operate with AIIESEC and obtain value.

Access to the best talent

Depending on the requirements of a company, AIIESEC provides access to international Talent that can be students, recent graduates and young professionals with work experience.



- **Global Professional Exchange Program:** Global Internship program in partnership with AIIESEC is the most effective and direct way to access young AIIESEC talent.
- **AIIESEC Graduates Program:** AIIESEC Graduates Program is a complete solution for sourcing high-profile international talent for permanent placements and building desirable employer brand.
- **Positioning in our AIIESEC Alumni Network:** After 60 years of activating youth leadership AIIESEC connects thousands of its past members around the world. AIIESEC Alumni is a broad and diverse group with professionals at different levels of organizations in diverse sectors worldwide.

Employer Branding Opportunities

The AIIESEC network has proven to enable organizations to develop a strong brand of employer of choice across over 107 countries within a very short period of time



- **Interact with AIIESEC :** With over 1,400 active communities, 250,000 documents, and 10,000 forum postings per month, MyAIIESEC.net our global online collaboration and communication platform. AIIESEC also delivers over 470 conferences at local, national, regional and global lever annually.

136 days ago

"I have worked with AIIESEC interns and have witnessed how they challenge and introduce ideas" Karel De Baere, Global Information Leader, PwC

152 days ago

"At very young age, AIIESEC members can draw on diverse life experiences combined with emotional intelligence" Peggy Maes, Ingersoll

twitter GET WIDGET >>

AIIESEC TV

AIIESEC Corporate video
High Quality AIIESEC presentation for corporate sector. enjoy it! If you want the



See AIIESEC at — YouTube

REQUEST FOR INFORMATION

AIIESEC on LinkedIn

AIIESEC Gallery

Copie d'écran du site web www.aiesec.org avec l'intégration des autres systèmes

Il est difficile de trouver des organisations où :

- l'intelligence collective est aussi forte en interne permettant à presque la moitié des membres de quitter l'organisation chaque année sans perte d'expérience ni d'influence sur le résultat.
- l'image que se donne l'organisation est créée par les membres eux mêmes
- les décisions stratégiques sont prises et mises en places par les membres

En ce sens on peut vraiment qualifier AIIESEC d'Organisation 2.0. Malgré des imperfections du système, d'un point de vue technique ou bien d'un point de vue usage en raison du manque d'expérience des membres, AIIESEC peut à juste titre se considérer comme une des organisations pionnières en terme d'implémentation du Web 2.0. Mais quelles sont les raisons qui expliquent que cette organisation a réussi là où d'autres ont échoué ? Quels sont les facteurs clés de succès de cette implémentation ? Mais aussi quelles critiques peut-on faire au système pour le faire évoluer ? C'est ce que nous allons étudier à présent.

3) Analyse d'un succès

Dans cette partie nous reviendrons en détail sur l'étude entreprise auprès des *Aiesecers* sur leurs usages du Web 2.0. Nous verrons d'abord les facteurs clés de succès puis ensuite présenterons une approche plus critique de ce système.

a) Les facteurs clés du succès

On peut identifier deux types de facteurs : d'un côté ceux liés à la nature même de l'organisation, de l'autre ceux liés à la mise en place du système.

La Nature de l'organisation

AIESEC par sa nature est unique, l'alchimie d'une multitude de facteurs explique ce succès. Les facteurs clés sont :

- Un réseau associatif international
- Une Génération Y en action
- Les valeurs et l'esprit d'AIESEC

Comme nous l'avons vu précédemment, les réseaux associatifs sont vraiment des environnements propices au travail collaboratif et à la mise en place du Web 2.0. AIESEC étant une ONG Internationale, il était vital pour sa survie de travailler avec ces outils. L'adoption n'était donc pas un challenge mais en quelque sorte inscrite dans son code génétique.

AIESEC est une organisation de jeunes, dirigé par des jeunes, et qui dit « jeunes » dit aussi *Génération Y* et *Digital Natives*. Dans AIESEC les leaders de l'organisation maîtrisent parfaitement les technologies dans un usage personnel et ne font que répliquer leur utilisation dans un usage plus professionnel. L'étude *The Digital Generation Survey*¹⁸ a montré en quoi les *Aiesecers* se servent bien plus, au quotidien des réseaux sociaux et autres technologies Web 2.0.

Les valeurs et l'esprit d'AIESEC tournent autour du développement personnel et du leadership participatif. Or qu'est ce qu'un leadership participatif ? C'est un leadership qui fait participer chaque individu à la prise de décision. C'est un leadership où l'on forme et développe son équipe plus qu'on ne la dirige. C'est une manière d'être où l'on privilégie le partage à la rétention d'information. Chaque jour les leaders d'AIESEC utilisent, communiquent et partagent des ressources sur la plateforme car c'est la raison d'être de l'organisation. Aussi n'a-t-il pas été nécessaire d'imprimer de nouveaux processus de management, car le management AIESEC se calque dans un sens au management démocratique qu'on appelle parfois management 2.0

¹⁸ Fait en 2008 par le cabinet *Carreers Innovation* cette étude a étudié en détails les comportements des *Aiesecers* par rapport aux nouvelles technologies.

Un modèle d'implémentation

Comme expliqué précédemment, la nature d'AIESEC a beaucoup aidé à la mise en place. Il est néanmoins intéressant d'étudier les autres facteurs. On en dénombre quatre principaux :

- Equipes de Support Global
- Formation et conduite du changement
- L'utilisation par les leaders
- L'intégration des autres plateformes

Equipes de Support Globale

Il est difficile pour AIESEC International d'être à la fois les managers de l'organisation et d'animer les différents réseaux sociaux d'AIESEC en contenu, formation, bonnes pratiques etc. Aussi depuis plusieurs années existe-t-il ce que l'on appelle des *Global Support Team* : des équipes de support internationales qui ont une expertise dans un domaine. Il est souvent confié à ces équipes le rôle d'alimenter et d'animer les différentes plateformes Web 2.0 d'AIESEC. En ce sens ces équipes ont un rôle de *Community Manager* interne d'AIESEC et ont su créer la flamme qui a permis au réseau de s'animer. Plus que cela ces équipes de support sont aussi des garantes sur la qualité du contenu.

Formation et conduite du changement

AIESEC a utilisé tous les moyens à sa disposition pour former ses membres à l'usage du nouveau système. L'organisation a su créer un véritable « Formation Mix » pour transmettre les outils et connaissances nécessaires :

- *E-Learning* : cours gratuit sur le site www.wiziq.com
- Wikis de formation au Web 2.0
- Messages dans les Newsletters
- Coaching proposés par les équipes de support globales
- Formations en conférences : plus de 400 conférences de formation par an

Dès le début la communication a été massive. Jouant un maximum sur l'effet de réseau, tous les membres AIESEC ont eu rapidement intérêt à passer sur le nouveau système, et ont pu se former très facilement via les outils disponibles, ou bien en demandant simplement à un autre membre de les former.

L'utilisation par les leaders

Tout comme en entreprise, ce facteur a joué un rôle clé. En effet, le Président d'AIESEC International a rapidement compris l'impact sur son leadership de l'utilisation de ces technologies. En un simple message sur Twitter ou bien sur son blog, il a la capacité de transmettre une idée aux milliers de membres du réseau. Rapidement, ces pratiques se sont étendues.

L'intégration des autres plateformes

Il est important de comprendre que la plateforme originelle www.myaiasec.net est loin d'être parfaite. Elle regorge même de défauts comme nous allons le voir par la suite. De la part d'AIESEC International on a assisté à deux comportements. Dans un premier temps, un message fort était transmis sur le tout Myaiasec.net c'est à dire qu'il était recommandé clairement de n'utiliser dans un usage professionnel que les outils proposés par Myaiasec.net et non ceux d'autres plateformes afin de ne pas se disperser, et ne pas échouer dans la mise en place du tout Myaiasec.net. (Exemples : Utilisations des Wikis myaiasec.net au lieu du mail, utilisation du réseau social AIESEC, au lieu de Facebook, LinkedIn etc.)

Malgré ce message, et parce que de nombreux membres qui tentaient de ne travailler que sur myaiasec.net n'y arrivaient pas efficacement, la réalité montra que d'autres systèmes étaient plus efficaces dans certaines fonctionnalités.

Dans un second temps, tout le génie d'AIESEC a été d'accepter sa faiblesse, mais de garder sa force. C'est à dire qu'en l'espace de quelques mois le système de base Myaiasec.net a évolué et s'est ouvert aux nouvelles API de telle manière qu'il puisse intégrer d'autres plateformes.

Exemples :

Les réseaux sociaux Facebook et LinkedIn étant plus efficaces que l'application native de réseau social Myaiasec.net, des plateformes de connexion vers ces autres systèmes ont alors été créés. Ces plateformes secondaires sont également animées par les « community managers » d'AIESEC.

Aujourd'hui, et malgré ces imperfections, le système Web 2.0 d'AIESEC continue de se développe via l'intégration de nouvelles briques dans le système. Lors des derniers mois on a vu progressivement s'intégrer :

- Facebook
- Google Doc
- SlideShare
- Twitter
- Etc.

Cependant, le système reste encore imparfait. Aussi est-il intéressant de jeter un regard plus critique sur celui-ci afin de nous permettre de dépasser notre niveau de pensée et de faire des recommandations sur son évolution future.

b) Une approche critique

Les faiblesses des technologies et usages Web 2.0 dans AIESEC

L'excès d'information

AIESEC rencontre un problème commun à de nombreuses autres organisations : l'excès d'information. Quand au sein de son réseau, chaque instant, des milliers de fichiers, mails, requêtes, wikis, flux rss etc. sont échangés, envoyés, mis à jour, corrigés etc. cela peut créer une certaine confusion. Il y a tellement d'information qu'il est parfois difficile de savoir laquelle est pertinente et laquelle ne l'est pas, et comment se retrouver parmi cette multitude de données.

Le manque d'intégration

Un Aiesecer peut dans journée utiliser jusqu'à 10 logiciels, services web différents pour effectuer de simples requêtes. Cela crée une certaine confusion, une perte de productivité entre l'utilisation des services, ainsi que des difficultés à gérer les effets de réseau. Ce problème révèle la nécessité de clarifier les outils de communication et de faciliter l'interopérabilité des outils entre eux pour permettre à l'utilisateur néophyte de s'en servir (ou de gagner en productivité pour les plus expérimentés).

Une stratégie Web 2.0 non quantifiable et non maîtrisée

Contrairement à d'autres technologies il est très facile d'en identifier les coûts mais très dur d'en évaluer clairement la contribution. En effet, l'impact se mesure et se crée dans toutes les autres fonctions. Il est alors très difficile de piloter des stratégies sur des critères précis. Même si cette stratégie permet vraiment de se positionner sur les médias sociaux et d'accroître l'usage des réseaux sociaux internes, il n'y a pas encore de véritables bonnes pratiques de l'usage des médias sociaux au sein de l'organisation. Les différents bureaux en ont saisi les enjeux et s'en servent sans connaître l'objectif recherché. Néanmoins on constate de que de nombreux processus et bonnes pratiques se sont développés ces derniers mois et arriveront peut-être à maturité prochainement.

Des enjeux plus larges liés à l'organisation 2.0

Plus que des problèmes liés à l'implémentation du système il y a aussi des problèmes plus larges liés au système en lui-même.

Une émergence (trop) rapide des technologies

Il y a quelques années personne ne se servait de Facebook. Il y a quelques mois à peine le nombre utilisateurs de Twitter hors Etats Unis était relativement faible. Aujourd'hui ces deux outils sont utilisés au quotidien dans AIESEC et de nombreuses autres organisations. Apprendre à se servir de ces outils exige une certaine expérience qui n'est pas encore acquise par l'ensemble du réseau. Or il se peut que dans quelques semaines une nouvelle technologie innovante changera à nouveau l'utilisation de tout le système. Dès lors, il devient presque dangereux de trop se spécialiser dans tel ou tel outil, mais sans spécialisation on obtient difficilement un retour sur l'investissement. Aussi peut-on se demander quel niveau de maîtrise est exigé sur les technologies Web 2.0 ? Jusqu'à quel niveau l'organisation doit-elle mobiliser des ressources dans une technologie ? Quels critères permettent à une technologie d'être pérenne ? (Exemple : FriendFeed, un nouveau service très en vogue sur le web et considéré comme le futur successeur de Twitter s'est fait racheté par Facebook remettant du coup en question sa continuité).

La fracture numérique

En ce 21^{ème} siècle l'exclusion numérique reste d'actualité : de nombreux pays en Afrique ne disposent encore pas d'accès régulier à Internet. Une Organisation tout Web 2.0 les exclurait d'office du système. Au sein d'AIESEC on constate une difficulté de certains pays en développement à participer activement aux communautés virtuelles (Exemple : Lors des dernières sélections pour les postes de leadership d'AIESEC International, un candidat africain n'avait pas pu envoyer son dossier de candidature à temps en raison d'une perte de connexion Internet, sa candidature n'avait donc pas été acceptée).

Big Web is watching you

Le droit à l'oubli et la confidentialité des données sont également des enjeux importants. Aujourd'hui l'utilisation des données personnelles par les plateformes Web 2.0 est encore un sujet flou alors que chaque jour les données qu'elles reçoivent sur chaque individu se multiplient. Un membre d'AIESEC en France avait soulevé la question de la légalité des informations du système d'information, et il est vrai qu'il était difficile de répondre à cette question. Les informations personnelles se multipliant à travers de multiples réseaux, elles deviennent incontrôlables. Est ce qu'un étudiant accepte avec plaisir que ces données lors des conférences d'intégration soient accessibles par un DRH quelques années après ? ... pas vraiment.

4) Web 2.0 & AIESEC 2010 (=AIESEC 3.0 ?)

Comme nous l'avons vu précédemment, AIESEC cherche actuellement à atteindre des objectifs spécifiques pour 2010. Aussi les prochaines évolutions du système vont-elles dans ce sens. D'un autre côté, consciente du rôle important des technologies dans la nature même de l'organisation, AIESEC imagine déjà de nouvelles stratégies, *business models* 2.0 pour son futur, qui peuvent radicalement changer la manière dont elle travaille.

a) Priorités Stratégiques 2009-2010

Compte tenu de ces forces et faiblesses, les prochaines évolutions visent principalement à focaliser le système, à créer une meilleure intégration et rendre le système *User Centric*, tout en ouvrant le système aux futures technologies. L'équipe Information Management d'AIESEC International a quatre priorités principales :

- **Evolution de Myaiesec.net** : ce système a été le cœur de l'organisation d'AIESEC mais progressivement celui-ci est devenu obsolète en raison des technologies émergentes. Aujourd'hui AIESEC aimerait, via la création d'autres API et l'intégration à d'autres services comme ceux de Google App, faire évoluer Myaiesec.net pour qu'il redevienne le cœur du système
- **Collaboration, Gestion des connaissances** : créer des nouvelles fonctionnalités comme un CRM international
- **Education** : s'assurer que tous les membres comprennent comment capitaliser sur les différentes nouvelles technologies
- **Veille technologique** : utiliser des nouvelles technologies pour simplifier et faire évoluer le système actuel

b) Quel futur à long terme

Nous ne savons pas exactement de quoi le futur sera fait mais nous pouvons être certain que des NTIC seront présentes. Tout comme le Web 2.0 a fait émerger un nouveau modèle de dialogue citoyen, on peut imaginer une nouvelle manière de voir l'engagement associatif. En 2008, l'ancien président d'AIESEC International Juan Caijao envisageait l'évolution vers *AIESEC Everywhere*. Son analyse était très simple :

- AIESEC est une organisation qui évolue avec la société
- Le Web 2.0 a permis de développer le travail collaboratif
- Les médias sociaux ont permis de toucher de nouveaux membres
- Et donc pourquoi ne pas servir des médias sociaux et du travail collaboratif pour permettre à n'importe qui de s'engager dans AIESEC à partir du moment où il est connecté à Internet ?

Visionnaire actuellement, cette approche sera peut-être bien réelle dans quelques années. Comme le disait Thomas Friedman dans *The World is Flat* on ne peut pas encore imaginer les modèles d'organisation du travail de demain car nous n'avons pas encore exploité tout le potentiel des technologies.

Plus concrètement on peut imaginer l'AIESEC de demain utiliser les technologies comme une organisation :

- **Globale** : permettant à n'importe quel étudiant de rejoindre le réseau
 - **User Centric** : permettant à l'utilisateur de personnaliser le système pour ses besoins et son parcours
 - **Intégrée** : Comme Amazon a su créer un écosystème intégré et qui intègre d'autres plateformes de commercialisation, on peut imaginer AIESEC devenant un portail de connexion pour les étudiants et les organisations du monde entier afin de leur donner accès aux réseaux et connaissances nécessaires à la réalisation de leurs projets.
-

AIESEC n'est pas une organisation unique en son genre, d'autres ONG ont également fait des implémentations exemplaires du Web 2.0. Cependant, étant une organisation internationale, vieille de 60 ans, réunissant des étudiants issus de toutes les universités mondiales, AIESEC est un excellent sujet d'étude. AIESEC nous montre qu'il est possible de mettre en place à grande échelle les dernières technologies Web 2.0 et ce, même si nous n'avons que peu de moyens.

CONCLUSION

A l'issu de cette étude nous pouvons constater :

- L'existence de véritables bénéfices tangibles liés au Web 2.0 pour l'organisation
- L'apparition de nouveaux modèles d'organisations tant chez les entreprises que chez les associations ou gouvernements
- Une accessibilité facile à ces technologies pour les utilisateurs et organisations mais une complexité grandissante du lien qui unit un individu aux communautés
- Une connaissance des facteurs clés de succès pour mettre en place ces systèmes : la capacité à mettre l'individu au centre du système

Il ressort également que de nombreux bénéfices sont encore à réaliser. Même si la formalisation de l'intelligence collective d'une organisation s'améliore, nous sommes encore en train de créer les métiers et processus qui nous permettrons de nous servir pleinement du Web 2.0.

Une forte accélération de l'usage du Web 2.0 est à prévoir dans les années à venir (convergence numérique, émergence de la Génération Y, développement de l'Internet Mobile et permanent). De nombreux spécialistes parlent déjà d'une nouvelle révolution parfois appelée Web 3.0.

Mais comment les individus et les organisations vont-elles être capables de s'organiser au sein d'une information qui se décuple ? Quelles sont les limites de l'intelligence collective ? Comment gérer la complexité des relations entre individus et organisations ? Comment l'individu va-t-il se positionner au milieu d'une multitude d'organisations, d'entreprises et d'associations qui cherchent à l'intégrer dans leurs communautés virtuelles ? Quels sont les changements qui vont émerger au niveau du management via l'utilisation de ces nouvelles technologies ?

Une étude approfondie nous permettrait de donner des éléments de réponses. En attendant, les réseaux sociaux et l'internet collaboratif ont encore de beaux jours devant eux.

“Collaboration will be the critical business competency of the internet age. It won't be the ability to fiercely compete, but the ability to lovingly cooperate that will determine success. Rather than focusing on stomping the competition into the ground, true leaders of the internet age will focus on creating value for their customers, intelligence and skill in their talent, and wealth for their investors and shareholders.”

James M. Kouzes

ANNEXES

Annexe 1 : Glossaire du Web 2.0

Annexe 2 : Ensemble des usages et technologies Web 2.0 par Orange

Annexe 3 : Etudes des usages du Web 2.0 auprès des Aiesecers

Annexe 4 : Interview d'un responsable AIESEC France sur les usages Web 2.0

Annexe 5 : Interview du responsable International AIESEC sur les usages Web 2.0

Annexe 6 : Information Management Plan AIESEC International 2009-2010

Annexe 7 : Communication Plan AIESEC International 2009-2010

Annexe 1 : Glossaire du Web 2.0

AJAX - Asynchronous JavaScript and XML : technique de développement d'applications Web interactives. Cet ensemble de technologies améliore la réactivité d'affichage des sites Web en autorisant ces derniers à n'échanger que de petites quantités de données avec le serveur central plutôt que de rafraîchir la globalité de la page. L'Ajax peut associer des langages de programmation variés tel que le JavaScript pour l'interaction dynamique avec le site, du CSS (cascading style sheets, feuilles de style en cascade en français) pour structurer la mise en page et du XML et/ou du HTML pour communiquer avec le serveur.

BLOG : système dynamique de gestion de site web à partir duquel une ou plusieurs personnes s'expriment régulièrement sous la forme de billets classés par ordre chronologique et peuvent interagir avec leurs visiteurs via les commentaires.

BUZZ: Phénomène de communication massive sur une information relayé en partis par les réseaux sociaux.

CREATIVE COMMONS : les licences Creatives Commons sont des contrats-type pour la mise en disposition d'oeuvres en ligne (textes, photos, sons, sites web...)

CROWDSOURCING : "approvisionnement par la foule", cela consiste, pour les éditeurs de sites, à utiliser les internautes pour créer des contenus, répondre aux questions d'autres visiteurs, voire participer à la conception du site. En mutualisant les ressources et compétences de leurs visiteurs, les sites peuvent alors proposer des produits et services à des coûts très bas.

FOLKSONOMY : méthode de classification collaborative de contenus Web via des tags, réalisée par une communauté d'internautes. Le but est de faciliter la recherche et l'identification des contenus. Cette méthode de classement réintroduit un facteur humain et une part de subjectivité dans les processus de recherche d'information sur Internet.

MICROBLOGGING : Dérivé du blogging, permet de publier, par le Web, les SMS ou la messagerie instantanée, des contenus messages courts. Les utilisateurs abonnés à des flux de personnes reçoivent instantanément les messages envoyés et une discussion peut commencer. Les messages et leurs commentaires sont archivés sur une page Web

MASHUP : site web qui utilise et croise le contenu provenant d'autres sites pour proposer un nouveau service.

PODCAST : canal de diffusion de contenus multimédia, un podcast est constitué de fichiers audio encapsulés dans un flux RSS. On parlera de **VIDEOCAST** s'il s'agit de fichiers vidéo.

RSS : format de syndication qui permet de mettre à disposition tout ou partie du contenu d'un site web. Un flux RSS permet d'afficher les nouveaux contenus publier sur le site sans avoir à le visiter.

SOCIAL BOOKMARKING : partage de favoris, site web proposant aux internautes de mutualiser leurs favoris Web afin d'identifier les sites les plus en vue en se basant sur une analyse sémantique des mots clefs associés à chaque URL.

SOCIAL NETWORKING : sites web de réseautage social fournissant des outils pour faciliter le processus de mise en relation et supportant la prise de contact en ligne.

TAG : étiquette ou mot-clé, balise sémantique qui permet de qualifier un contenu.

TWEET : Synonyme d'update, un Tweet est un petit message de 140 caractères maximum envoyé sur Twitter à sa communauté pour diffuser rapidement une idée, une action ou partager une trouvaille. Vos followers peuvent ainsi suivre vos messages en temps réel et y répondre ou faire suivre le message (retweet). Pour poster un message sur Twitter il faut avoir créé son compte..

UGC - User Generated Content : acronyme inventé pour résumer le rôle de contribution active désormais joué par les internautes dans la production de contenu web.

WIDGET : petit module paramétrable et personnalisable, qui permet d'embarquer de l'information et de la transporter vers le point de destination de son choix.

WIKI : système dynamique de gestion de site web permettant à tout visiteur autorisé de modifier à volonté le contenu et l'organisation des pages.

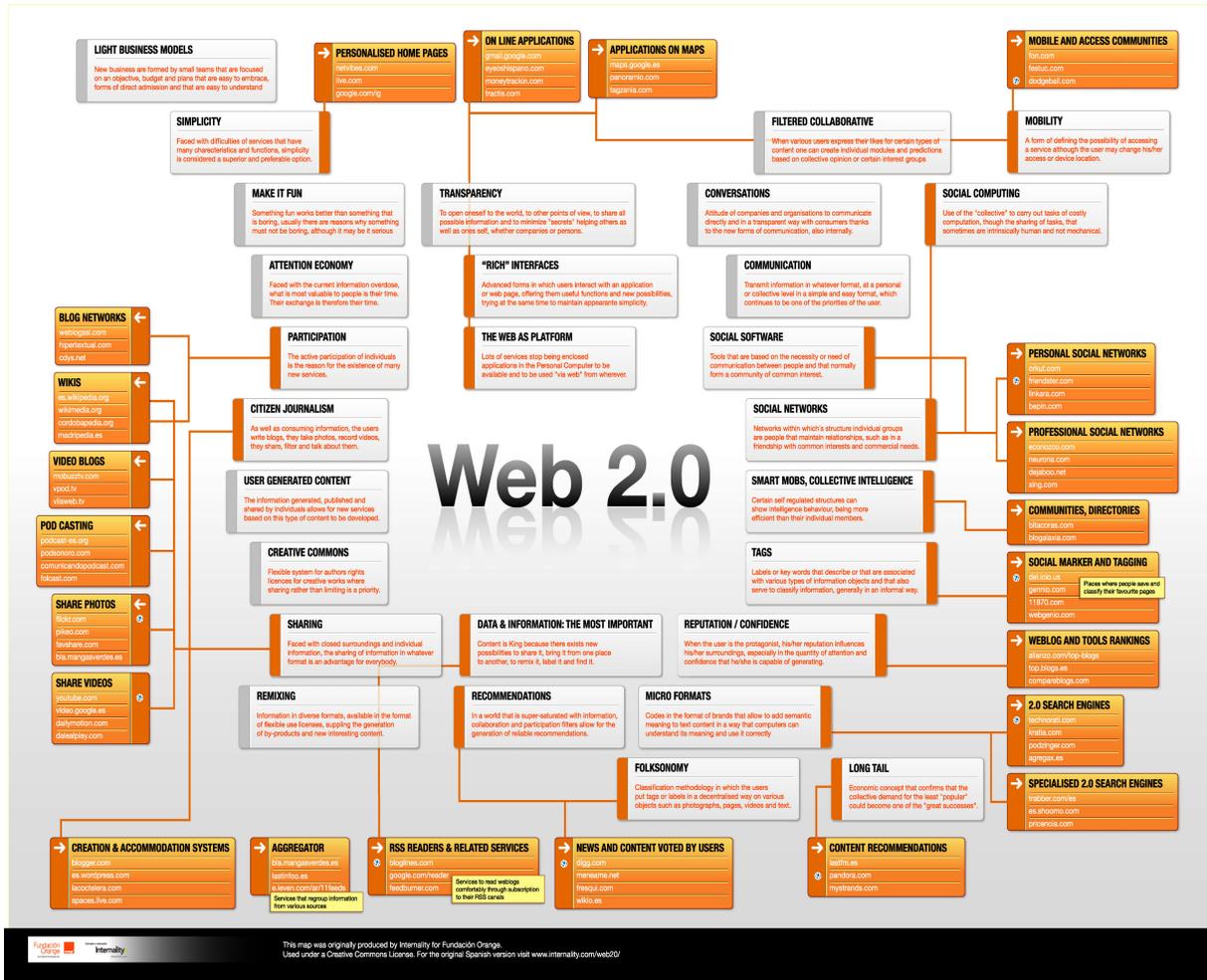
Source :Techno

Bib

2.0

http://ecolebibdoc.blogs.com/technobib_20_/2007/11/glossaire.html,

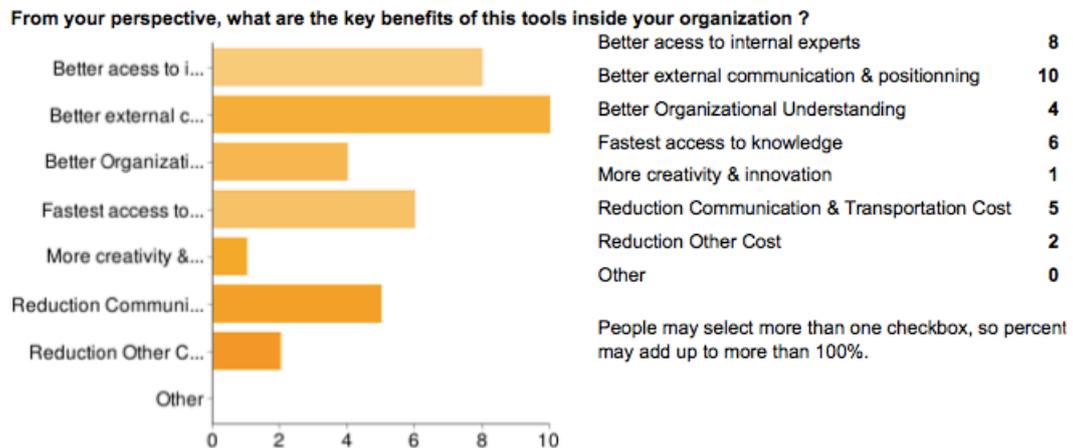
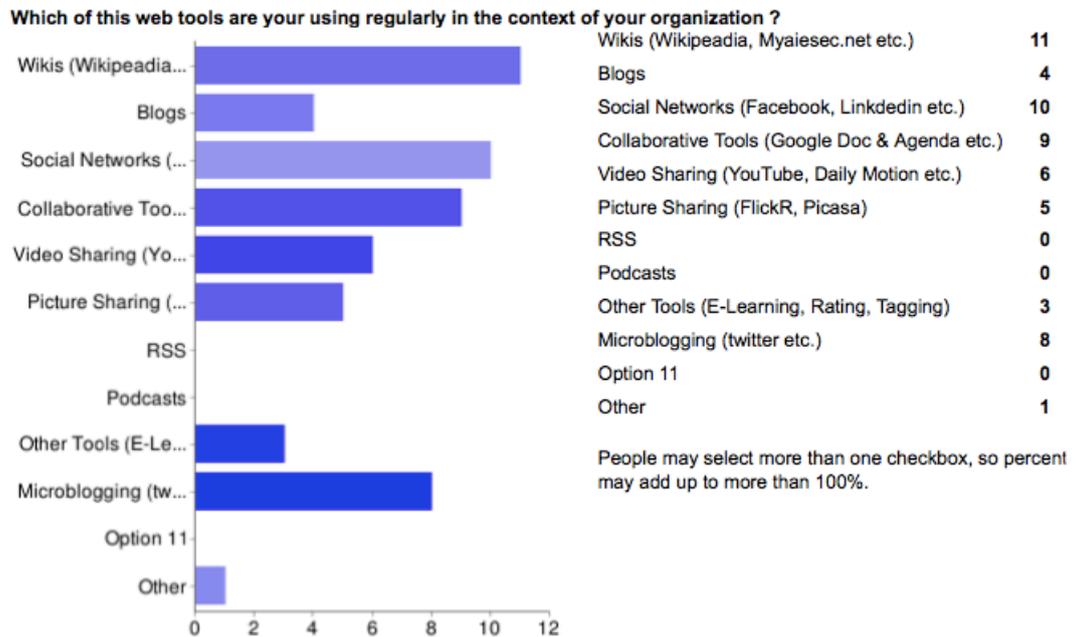
Annexe 2 : Ensemble des usages et technologies Web 2.0 par Orange



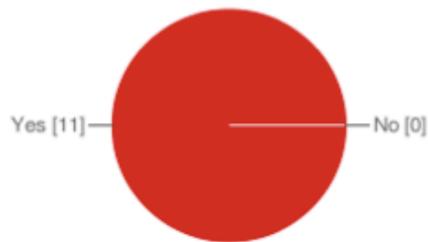
This map was originally produced by Internality for Fundación Orange. Used under a Creative Commons License. For the original Spanish version visit www.internality.com/web20/

Annexe 3 : Etudes des usages du Web 2.0 auprès des Aiesecers

Une étude à été faite auprès des membres AIESEC pour les faire réfléchir à leur usages Web 2.0 de manière critique. En voici les résultats.

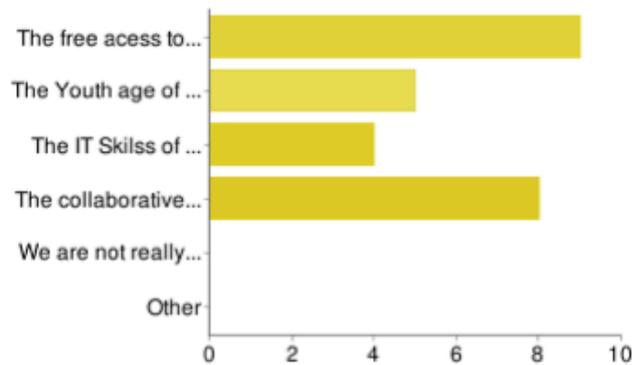


Do you believe that you & your organization are using more this tools than other organizations ?



| | | |
|-----|----|------|
| Yes | 11 | 100% |
| No | 0 | 0% |

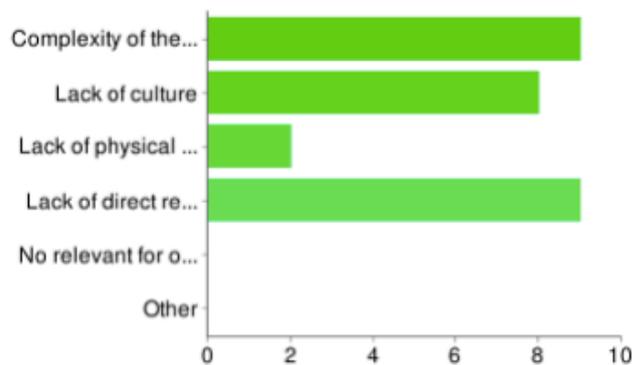
From your perspective what enables your organization to use more this tools than the average ?



| | | |
|--------------------------------|---|-----|
| The free access to the tools | 9 | 82% |
| The Youth age of our members | 5 | 45% |
| The IT Skilss of our members | 4 | 36% |
| The collaborative spirit | 8 | 73% |
| We are not really using them ! | 0 | 0% |
| Other | 0 | 0% |

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

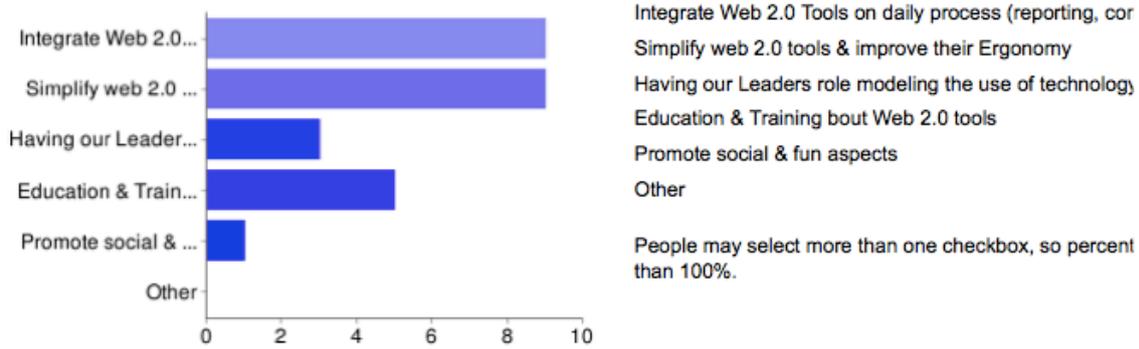
What are the main challenge that you are facing in order to use more this tools ?



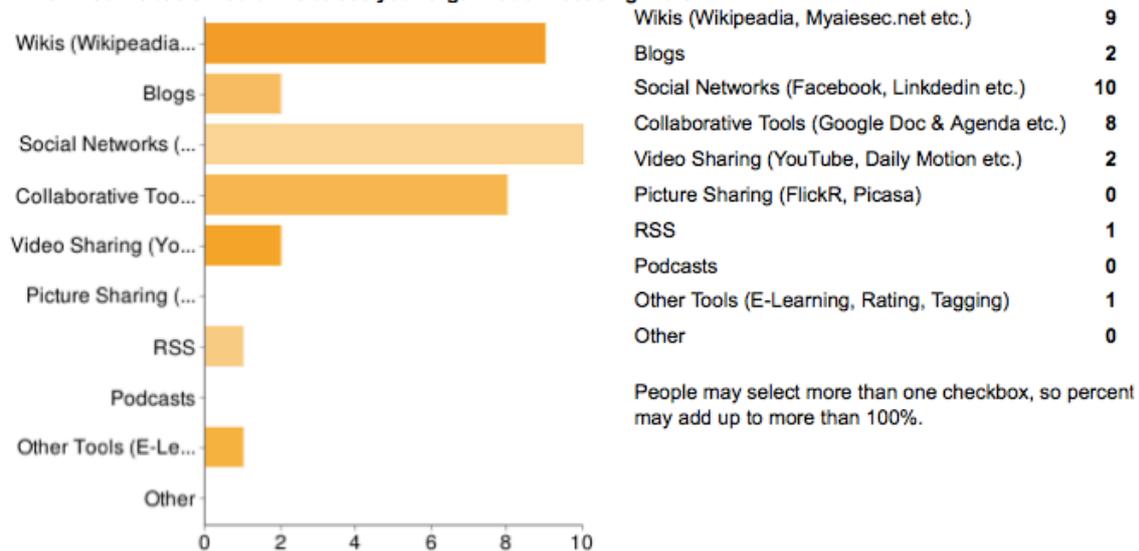
| | | |
|------------------------------|---|-----|
| Complexity of the Tools | 9 | 82% |
| Lack of culture | 8 | 73% |
| Lack of physical contact | 2 | 18% |
| Lack of direct results | 9 | 82% |
| No relevant for our activity | 0 | 0% |
| Other | 0 | 0% |

People may select more than one checkbox, so percentages may add up to more than 100%.

From your perspective how can we improve the use of web 2.0 tools in your and other Non Profit Organisation ?



Which web 2.0 tools would like to see your organization focusing more ?



Annexe 4 : Interview d'un responsable AIESEC France sur les usages Web 2.0

Interview da David Cahane.
Vice President Communication & Information Management
AIESEC France 2009-2010.

Describe your organization & role.

Present in over 107 countries and territories and with over 35,000 members, AIESEC is the world's largest student-run organisation. We focus on providing a platform for youth leadership development.

I am responsible of the program of Outgoing Exchange in France, as well as the communication strategies (including internal / external communication, branding and knowledge management).

What is the use that you're doing of web 2.0 tools within your organization ?

We are using

- Google Docs for weekly goal tracking, surveys, input-gathering, member list
- Google Calendar because we can share our agenda within our team and with AIESEC France executives
- myAIESEC.net, a global portal which include a wiki system, forums, and news publication management
- Facebook, to communicate around event targeting members and students
- YouTube, to share educative video for members or branding video for students and organizations
- Twitter, for internal communication between national and local offices

What are the key benefits of this tools for your organization ?

The key benefits we see are :

- The facility to use them and the rapidity to implement them
- Improve our internal communication and align the members with organizational goals
- Give us visibilty through external communication
- Facilitate the knowledge management if properly used.

Compared to other organizations (profit, government etc.) do you think that you are using more this tools than other organization ?

I think AIESEC is leading regarding the use of 2.0 tool :

- We are aligning ourself on the students and the youth, who are the pioneer users of the 2.0

- We are integrating those tools in our daily processes to create more value for our stakeholders : developing our members and giving them more knowledge with 2.0 medias for instance.

What are the main challenge that you are facing in order to use more this tools ?

The main challenges we are facing is how to coordinate / synchronize / links all those tools. Because there is more and more 2.0 tools, it's require a lot of time and capacity to keep all the communication channels aligned and updated together.

It's also about giving a consistant message through each one of the medias, as a lot of them have redundant features.

From your perspective how can we improve the use of web 2.0 tools in your organization (and others in general) ?

A solution would be :

First to have a very detailed communication strategy precising for each tool what it will be used for, for what kind of content and targeting who

Then to educate our stakeholders, as the goal of 2.0 is to create user-generated content.

What are your priorities on IM web 2.0 for the next year ?

Our priorities are

- to increase our external positionning with 2.0, having our members sharing their stories while aligning our message to have a strong branding.

- to have a sustainable knowledge management system using wikis and google docs

- to focus on aligning middle-management and organization goals with a better internal communication to provide them with the big picture of what is the meaning of their daily work.

Do you any comments, message, annoucement regarding web 2.0 tools, your organisation, personal.

I think we gonna have, like with all the internet technologies, a phase of concentration. There is more and more 2.0 tool every month and it's going so fast that no one can follow. Next step will be, like for the search engines, a period of stabilization/reduction. But for the moment, as we doesn't know which tool will remains, we feel required to use them all..

Thanks for your survey !

Annexe 5 : Interview du responsable International AIESEC sur les usages Web 2.0

Lucas is the main responsible of Information Management at the Global Board of AIESEC located in Netherlands. He's working in a Team of 20 individuals coming from all around the world. His rôle is to ensure that the stratégies in Information Management are being implemented and maintain the current system working well.

What is the use that you're doing of web 2.0 tools within your organization ?

Our main system to run the core & supportive processes of the organization which is myaiesec.net, it was built under the mindset of an user centric system and conceived under the web2.0 philosophy.

There we run core processes as :

- Exchange
- Leadership development (with competency assessment tool)
- Have several adds that allows to support the learning of the members through collaboration
- Internal communication
- And knowledge management.

It uses several Web 2.0 tools like :

- Wikis
- Communities
- Forums
- Blogs for people to get out the stories of the organization. Countries and members are blogging constantly their experience.

We are also présent in the most popular Web 2.0 channels like :

- Facebook
- Flickr
- Youtube
- LinkedIn

In order to offer the channel for different audiences, get to know about AIESEC and stay connected.

What is your SWOT Analysis of the Web 2.0 system of AIESEC ?

Well man, there are different things...I will speak generally from what I understand of your question.

Main Strenghts :

- We have presence
- Understand the importance of Web 2.0

Main Weakness:

- We are still figuring out how to really capitalize on it, like learning well how to do Internet Marketing)

Main Opportunities

- Open communities of development
- Internal Human capacity with pasionated people on AIESEC Topics
- An AIESEC Digital Generation
- Access to a new market that can be attracted

Main Threat :

- New technology emerging so fast

What are your main strategies on IM web 2.0 for the next year ?

- Integration with Google Application (like maps & documents)
- Re-design of myaiesec.net home page in order to become a truly user centric homepage containing relevant information for the users
- Really Guide a User Experience
- General New functionalities
 - Qualiity System
 - CRM

Other Information from Lucas in the Information Management Plan 2009-2010

Annexe 6 : Information Management Plan AIESEC International 2009-2010

Information Management Team Vision:

By bringing the relevant new technologies & creating a powerful IT culture AIESEC becomes an organization that truly collaborates, learn and communicate enabling connections to happen every day, for every member everywhere

Critical Success Factors Related:

- IT Infrastructure
- Managing Information

Targets :

- Extent of user satisfaction and usability of the system 75%
- 75% of members that use clearly defined practices to communicate & to create or share knowledge

PRIORITY AREAS :

| Priority | Details |
|--------------------------------------|---|
| <i>Myaiesec.net Evolution</i> | <i>A system that fits our organizational needs - that is accepted - well used - is the hub of our operations</i> |
| <i>New Technologies</i> | <i>AIESEC stepping forward in the usage of IT systems that bring added value to the organization and make our operations more efficient</i> |
| <i>Internal Communication</i> | |
| <i>Online Collaboration</i> | |
| <i>Knowledge Management</i> | |
| <i>Education</i> | <i>Common element across all IT projects for the year 2009-10</i> |

Information Management Action Plan

| Action | Timeline | Description |
|--|--------------|---|
| Define Integration with Google Applications & Policy for usage | August | As part of new Communication channels creation & collaborative tools: Research and implement integration with Google applications and its policies |
| Development of New Communication Channels | September | Improvement of curent communication channels - Setting up new ones and its integration with new technologies such as Google Applications |
| Development of new functionalities into MyAIESEC.net | August - May | Development of new functionalities as CAT, CRM, Statistics, Exchange Module, General usability - Main activities supporting all the year long SCBIs |
| Knowledge Management implementation | October | Prviding education and support to countries on Knowledge Management implementation |
| Overall review of MyAIESEC.net | September | General review of the system in terms of functions and usability - The outcome is the definiton of next steps for MyAIESEC.net revamp |
| Promotion of IT tools | August - May | Constant promotion of IT tools that can enhance our users experience and provide new ways of working effectively |
| Re-design of MyAIESEC.net home page | October | User-centric re-design of MyAIESEC.net home page to guide user through a truly "User Experience" and have everyone playing on the right stage |
| Research on future technologies for AIESEC | November | Check on Business Intelligence - Cloud computing - Mobile technology |
| User education | August - May | Constant User education & support on the system (including new developments) and the different IT systems used in AIESEC |

Annexe 7 : Communication Plan AIESEC International 2009-2010

Internal Communication Plan

AIESEC International 2009-2010 to Network Communication Plan

Please find below a brief overview of all of the communications channels AI will be using this year. This includes myaiesec.net channels and a few social media channels.

| MyAIESEC.net Channel | Information | TO DO: |
|------------------------|---|---|
| AI Newsletter | Every week we send information about most important things happening within our organization. | Subscribe to "Global News" |
| "Global MCPs" WIKI | A wiki for MCPs that gathers main messages & links from AI relevant to MCPs – about focus of organization, our Goals, Global Focus Areas or Scoreboard Items. Updated based on needs. | Subscribe to "Global MCPs" WIKI |
| Global MCPs Newsletter | Will be send once a week with information on topics that need attention from MCPs, update on initiatives and projects and team management/leadership tips from the PAI. | Subscribe to "Global MCPs" news |
| GROUPS | There are groups for different functions in the organization. This is our main channel of e-mail communication with Functional groups. Global Support Teams and other groups of members. Groups include: Talent Management, Exchange, Communications, Information Management, Alumni Relations, MCPs (global and GN). | Make sure you join relevant functional group (<i>check list of GROUPS below</i>) Always send message to all members through the Group. |
| WIKIs | WIKIs for • Functional areas, • Initiatives, • Campaigns, • Subcommittees etc. with links to other resources (forums, files etc.). Updated when necessary. | Subscribe to all WIKIs you consider relevant for you (<i>check list of WIKIs below</i>) |
| FORUMS | Spaces for discussions, gathering opinion & knowledge sharing around various topics | Subscribe to all FORUMS you consider relevant for You. |
| NEWS | Updates for all members about most important things happening within our organization. | Subscribe to "Global" News |
| BANNER | Through banner we highlight main messages & initiatives from AI relevant to all members – about focus of organization, our Goals, Global Focus Areas or Scoreboard Items. Updated on around weekly basis. | Pay attention to information highlighted on banner & follow links. |

Social Media Communication Plan

| Social Media Channel | Information |
|----------------------|---|
| Twitter | <p>AIESEC International currently manages five Twitter channels:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AIESECIntl: for general updates & info (most used) 2. AIESECExchange: for exchange updates 3. AIESECOpps: for specific opportunities 4. AIESECAlumniNow: for alumni information 5. AIESECIntl TM: for TM updates <p><i>We are currently reviewing the twitter channels for a more streamlined approach.</i></p> |
| Facebook | <p>AIESEC has two key sites on Facebook:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AIESEC fan page: This is kept up to date with news from AIESEC, blog posts and updates from around the world. 2. AIESEC group: This is maintained by several AIESEC members and is a space for our membership to connect. |
| YouTube | <p>AIESEC has two key sites on YouTube:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. AIESEC TV: is our global external channel to link, tag and share video footage attractive for our external audiences- your friends , your partners and even your Mum! 2. AIESEC International: youtube channel will remain the communication channel for internally directed global communication. Subscribe to this channel today to keep in touch with AI updates for the network! |
| LinkedIn | <p>The Alumni Group on LinkedIn is our space to reconnect all the former AIESEC members in order to share their stories within the organization, knowledge and current experiences.</p> |
| Flickr | <p>The AIESEC Global Gallery is our global Flickr group to tag and shares images. This is our global image bank and photo gallery, a library for professional photos of our young people living exchange leadership and learning experiences across the world.</p> |
| AIESEC Blog | <p>The I am an AIESECer blog is our space to share with the world all the amazing experiences lived by members, alumni and partners with AIESEC.</p> |

BIBLIOGRAPHIE

Livres

Amy Shuen, *Web 2.0: A Strategy Guide: Business thinking and strategies behind successful Web 2.0 implementations*. O'Reilly Media avril 2008

Chris Anderson, *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hyperion, 2006.

Frank Pisani, Dominique Piotet, *Comment le web change le monde, L'alchimie des multitudes*. Pearson Village Mondial, 2008.

Malcom Gladwell, *The Tipping Point : How Little Things Can Make a Big Difference*. Back Bay Books.2002

Thomas Friedman. *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. Farrar, Straus and Giroux, 2006.

Etudes

AIESEC Publication, *The Digital Generation Survey 2008*.
Consulté le 23/09/2009.

<http://www.aiesec.org/cms/aiesec/AI/partners/publications.html>

Alberto Masetti Zannini, *Web 2.0 and International Development NGOs, Knowledge, Politics*, Quarterly, 2007.Consulté le 15/09/2009.

www.knowledgepolitics.org.uk

BlueKiwi, *White Papers : Livre Blanc - L'Entreprise 2.0 : partage plus, travailler mieux*, Mars 2009. Consulté le 15/09/2009.

<http://www.bluekiwi-software.com/fr/white-papers/2009/03/livre-blanc-sur-l-entreprise-20>

Timothée Mervillon, *Mémoire : Quelle valeur ajoutée en entreprise avec les usages du Web 2.0 ?* Consulté le 15/09/2009.

<http://www.docstoc.com/docs/1348206/Memoire-fin-detudes-Timothee-Mervillon-Master-MIAGE>

USEO Publication, *Réseaux Sociaux d'Entreprise - une évolution culturelle en marche*.2009

Consulté le 15/09/2009

<http://www.useo.fr/publications.html>

Webographie

Alexandra Samuel, Social Media that comes Alive. Consulté le 15/09/2009

<http://www.socialsignal.com/blog?s=menu>

AIESEC International, site institutionnel. Consulté le 15/09/2009

<http://www.aiesec.org>

Anthony Poncier, *Entreprise, Web, travail collaboratif...* vers le management 2.0.

Consulté le 01/09/2009.

<http://poncier.org/blog/>

Avi Janghiani, *Non Profit 2.0:How Web 2.0 is changing the game for Non Profits*

Consulté le 15/09/2009

<http://www.slideshare.net/avinashgi/non-profit-20-how-web-20-is-changing-the-game-for-non-profits>

Bertrand Duperrin, *Bloc – Notes de Bertrand Duperrin, Réflexion sur l'entreprise, le management, la collaboration et les réseaux sociaux. Vers l'entreprise 2.0 ...*

Consulté le 15/09/2009.

<http://www.duperrin.com/>

Beth Kanter, Beth's Blog: How Nonprofits Can Use Social, Consulté le 15/09/2009

<http://beth.typepad.com/>

Britt Bravo Netsquared, *Remixing the web for social change. Net2ThinkTank: What is Needed to Facilitate More Nonprofits' Adoption of the Social Web?*

Consulté le 01/09/2009.

<http://www.netsquared.org/blog/britt-bravo/net2thinktank-what-needed-facilitate-more-nonprofits-adoption-social-web>

Collectif (2009) « *Web 2.0* », Sur Wikipedia. Consulté le 01/09/2009.

http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

Francois Hanat, Le Web 2.0 et les Non Profit. Consulté le 15/09/2009

<http://www.scribd.com/doc/19490812/Le-Web-20-et-les-Nonprofit>

Frank Pisani, Transnets, *Des gadgets au réseau*. Consulté le 01/09/2009

<http://pisani.blog.lemonde.fr/>

Frédéric Cavazza, Laurent Assouad, *L'entreprise 2.0.fr, toute l'actualité de la collaboration en ligne et des pratiques d'entreprise 2.0*. Consulté le 15/09/2009.

<http://www.entreprise20.fr/>

Izi-Collecte, *Mobilisation, collecte de dons et gestion des adhésions pour les associations sur Internet*. Consulté le 15/09/2009.

<http://www.izi-collecte.com/>

GlobaLab, Web 2.0 Tools for NGO. Consulté le 01/09/2009.

<http://globalab.wordpress.com/web-20-tools-for-ngos/>

Greenpeace, Green My Apple, Consulté le 15/09/2009.

<http://www.greenpeace.org/apple/>

Heather Mansfield, *Non Profit Tech 2.0: A Social Media Guide for Nonprofits*

Consulté le 15/09/2009

<http://nonprofitorgs.wordpress.com/about/>

Mashable, Social Media News and Web Tip. Consulté le 15/09/2009.

<http://mashable.com/>

Mc Kinsey Quarterly, How companies are benefiting from Web 2.0: McKinsey Global Survey Results. September 2009. Consulté le 15/09/2009.

http://www.mckinseyquarterly.com/How_companies_are_benefiting_from_Web_20_Mc_Kinsey_Global_Survey_Results_2432

MyAiesec.net, Intranet AIESEC (accès interne uniquement). Consulté le 15/09/2009.

<http://www.myaiesec.net>

Seth Godin, *The problem with non*. Seth's Blog, Consulté le 15/09/2009.

http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2009/09/the-problem-with-non.html

Vidéos

Inconnu. *ONG et Web 2.0*, Sur YouTube. 2008. Consulté le 01/09/2009.

http://www.youtube.com/watch?v=zCxxKzKHJWM&eurl=http%3A%2F%2Fwww.tanmia.ma%2Farticle.php%3Fid_article%3D18525&feature=player_embedded

AIESEC International, *AIESEC Online !* Sur YouTube 2009. Consulté le 15/09/2009

http://www.youtube.com/watch?v=CCGWp0db_EA

