

**keyrus**  
make data matter



**Playtime's up!**

Le collaborateur est un client comme les autres !

# Playtime's up!

Le collaborateur est un client comme les autres !

Dans *Playtime*, Jacques Tati présente une vision satirique de la société moderne où les individus, y compris les employés, sont absorbés dans un environnement architectural uniforme et déshumanisant, où ils semblent être de simples rouages d'une grande machine bureaucratique, accomplissant leurs tâches de manière mécanique et impersonnelle : une vision à la fois drôle et anxiogène du travail.

Le années aidant, les entreprises sont désormais très loin de ce portrait et la perception du rôle du collaborateur a fort heureusement évolué.

Aujourd'hui, il est considéré comme un acteur à part entière, et d'aucuns se demandent même si le collaborateur n'est pas, au final, un client comme les autres, puisque comme pour ce dernier, l'expérience est centrale pour assurer sa satisfaction, clé de voûte de son engagement et de son efficacité.

Mais cette logique de l'expérience « au travail » est quelque peu bousculée lorsque le travail en question ne représente plus comme autrefois une activité ET un espace physique délimité, et l'on peut s'interroger sur quatre nouveaux facteurs de satisfaction.

L'ensemble des images de ce PowerBook ont été générées par Lexica Aperture v2 (guidance scale 7), avec la consigne, ou « prompt » : « Portrait of an office worker living a great employee experience, empowered and appreciated. The artwork should highlight themes of remote work, efficiency, talent retention, and personalization. »





## Prendre en compte des situations de travail variées

Dans un monde du travail en pleine évolution, il est impératif de prendre en compte les situations de travail variées, y compris le travail hybride et les travailleurs de première ligne (ou *front line workers*), qui peuvent souvent être déconnectés.

Alors que les travailleurs se rendent désormais au bureau 3,5 jours par semaine<sup>1</sup>, en moyenne (soit environ 30% en dessous des normes prépandémiques), l'abolition des frontières physiques et digitales à travers des solutions digitales devient une nécessité, non seulement pour faciliter le travail quotidien, mais aussi pour favoriser la performance, le lien entre les collaborateurs, la transmission d'information, le management, et la culture d'entreprise, quelles que soient les situations de travail.<sup>2</sup>

1 Empty Spaces and hybrid places, *The pandemic's lasting impact on real estate*, McKinsey, July 2023

2 Voir les notions de *Reshaping culture et Equipping leaders*, dans l'étude : *Evolve Culture & Leadership for the Hybrid Workplace, A 12-month roadmap for CHROs and their leadership team*, Gartner for HR, 2022, <https://emtemp.gcom.cloud/ngw/globalassets/en/human-resources/documents/trends/evolve-culture-and-leadership-for-the-hybrid-workplace-ebook.pdf> et <https://www.gartner.fr/fr/insights/avenir-du-travail>

La connexion des déconnectés constitue donc un enjeu majeur. Cela implique la proximité, le lien avec la marque, le management, et l'organisation de la remontée d'information depuis les travailleurs de première ligne, qui sont souvent en contact direct avec les clients.

Mettre en place les outils appropriés qui permettent ce lien et ces échanges est donc vital pour assurer que l'expérience des collaborateurs soit cohérente, engageante, et productive, quel que soit leur rôle ou leur emplacement.

Ainsi aujourd'hui, le travail hybride – qui est un mélange de travail à distance et de travail en présentiel – est devenu la norme pour de nombreuses organisations<sup>3</sup>, et ce mode de travail présente des défis uniques en termes de connexion et de collaboration, puisqu'il faut non seulement connecter les déconnectés, mais véritablement abolir les frontières physiques.

En effet, dans un contexte où 78% des talents français plébiscitent un modèle de travail hybride<sup>4</sup>, le premier enjeu est de **connecter les déconnectés**. Cela signifie qu'il est crucial de donner à tous les employés, quel que soit leur lieu de travail, les mêmes opportunités d'accéder à l'information, de collaborer et de participer à la vie de l'entreprise.

De plus, dans le monde hybride l'entreprise n'est plus définie par son espace physique, mais par sa culture, ses objectifs, ses processus, et ses outils.

3 Au sujet du travail hybride, voir l'excellente synthèse de Gartner : *4 modes de collaboration pour réussir dans le travail hybride*, Mary Baker, Gartner, 14 juin 2021, <https://www.gartner.fr/fr/articles/4-modes-de-collaboration-pour-reussir-dans-le-travail-hybride>

4 78% des talents français plébiscitent un modèle de travail hybride – entre télétravail et retour au bureau, Boston Consulting Group, 2021, <https://www.bcg.com/press/31march2021-french-talents-plebiscite-hybrid-work-model>

Les employés doivent pouvoir travailler de manière transparente, que ce soit au bureau, à la maison, ou ailleurs et 84% des professionnels de l'expérience collaborateur s'accordent désormais à dire que l'amélioration de leur capacité à assister leurs employés travaillant à distance, au bureau ou de façon hybride constitue une priorité pour leur entreprise.<sup>5</sup> Il est donc indispensable d'**abolir les frontières physiques ou matérielles** pour faciliter le travail au quotidien.

Concrètement, les services informatiques doivent moderniser leurs outils technologiques. Il ne s'agit pas seulement d'adopter des outils de vidéoconférence ou de messagerie instantanée, mais aussi de mettre en place des solutions pour le partage de documents, la gestion de projet, le suivi des tâches, et d'accès facilité à l'information à renforts de moteurs d'IA et de chatbots intelligents. L'idée est de créer un espace de travail numérique où les employés peuvent collaborer efficacement, indépendamment de leur localisation.

La mise en place du travail hybride passe aussi par l'établissement de nouvelles règles ou bonnes pratiques d'entreprise sur la communication, les attentes en matière de disponibilité, et les règles de conduite pour le travail à distance. Il est également important de mettre en place des formations pour aider les employés à naviguer dans cet environnement hybride et à utiliser efficacement les outils numériques.



En mettant en place les bonnes stratégies et les bons outils, les entreprises peuvent non seulement répondre aux besoins des travailleurs hybrides, mais aussi – pour peu qu'elles actionnent de bons leviers complémentaires – profiter des avantages de ce modèle, à commencer par l'augmentation de la productivité.

<sup>5</sup> Rapport sur les tendances de l'expérience collaborateur 2023, Zendesk, <https://www.zendesk.fr/blog/employee-experience-trends-report/>

“ En mettant en place les bonnes stratégies et les bons outils, les entreprises peuvent non seulement **répondre aux besoins des travailleurs hybrides**, mais aussi **profiter des avantages de ce modèle.** ”



## Favoriser l'efficacité opérationnelle grâce à l'IA

Une fois que les employés sont connectés à l'entreprise, le second enjeu est d'**optimiser l'efficacité des collaborateurs** à distance. Les entreprises doivent se concentrer sur l'amélioration de l'efficacité opérationnelle, la fourniture d'outils adéquats, et l'intégration de la technologie pour aider à augmenter la productivité.

Et de fait, la technologie joue un rôle central dans la création du collaborateur augmenté. Elle peut lui permettre d'automatiser des tâches répétitives et à faible valeur ajoutée, libérant du temps pour qu'il puisse se concentrer sur des tâches plus stratégiques et complexes.

Ainsi par exemple, l'intelligence artificielle (IA) est de plus en plus reconnue comme un outil puissant pour favoriser l'efficacité opérationnelle des collaborateurs.

En anticipant, prédisant et préparant les tâches, l'IA peut faire gagner un temps précieux, faciliter la recherche d'information et limiter les activités à faible intérêt. Elle permet aux collaborateurs de se concentrer sur des tâches qui ont du sens et qui contribuent à leur satisfaction professionnelle, une condition essentielle pour la rétention des talents.

En illustration, l'IA peut être utilisée pour analyser de grandes quantités de données rapidement et avec précision, une tâche qui serait autrement fastidieuse et chronophage. Dans le domaine de la relation client, elle peut appuyer la formalisation et la rédaction de messages clients, que ce soit pour les centres de relation clients ou pour les campagnes marketing.

Avec des outils comme Zendesk, qui utilisent l'IA pour analyser les tendances des interactions des utilisateurs, les entreprises peuvent **anticiper les problèmes** et mettre en place des solutions avant que ces problèmes ne deviennent majeurs. Par exemple, si une équipe montre des signes de difficultés de communication, des interventions pour améliorer la collaboration peuvent être mises en œuvre en amont.

“ Des outils  
comme Zendesk,  
qui utilisent l’IA  
**pour analyser  
les tendances  
des interactions  
des utilisateurs,**  
permettent  
d’anticiper les  
problèmes. ”

Grâce à ses capacités d'apprentissage machine (ou machine learning) et de traitement de grandes quantités de données, l'IA peut utiliser les données historiques pour prédire les comportements futurs ou les résultats possibles, **prédire les changements**. Par exemple, en utilisant les données de performance passées des employés, l'IA peut prédire qui pourrait avoir besoin de soutien supplémentaire dans le futur. Cela permet aux employés de **mieux planifier leur travail** et de gérer leur temps plus efficacement. Un outil comme Zendesk permet d'utiliser l'IA pour prédire les besoins des clients sur la base des interactions passées et permet aux équipes – même distantes – d'être proactives plutôt que réactives.

Par ailleurs, toujours avec des outils d'IA, les entreprises peuvent **développer des simulations** de différents scénarios de travail à distance et **déterminer les stratégies les plus efficaces**.

Enfin, pour que les collaborateurs à distance soient vraiment efficaces, ils ont besoin de formation et de soutien, et l'IA peut également aider à **les préparer pour de nouvelles tâches**. Elle peut être utilisée pour préparer les employés à des situations nouvelles ou complexes ou à de nouvelles responsabilités. Par exemple, les systèmes de formation basés sur l'IA peuvent adapter le contenu de formation en fonction des besoins individuels de chaque employé. De plus, les assistants virtuels ou les chatbots basés sur l'IA peuvent fournir des conseils et des réponses en temps réel, aidant les employés à naviguer dans des situations pas nécessairement difficiles, mais inédites et/ou complexes.

Ainsi, de la détection précoce des tendances à la prévision des événements futurs, en passant par la simulation et la définition de stratégies, l'IA peut jouer un rôle déterminant dans l'amélioration de l'efficacité des collaborateurs à distance.

Ce soutien technologique permet aux employés de se focaliser sur des interactions plus stratégiques et personnalisées, renforçant ainsi l'efficacité et l'impact de l'organisation.

Mais, si bien formé à son travail que l'on puisse espérer, il n'est de bonne société qui ne se quitte, dit l'adage, et plus que tout autre avant elle, l'ère digitale impose aux sociétés d'attirer et plus encore de retenir les talents formés !





## Développer une marque employeur forte

Le troisième enjeu de l'expérience collaborateur, on l'aura compris, est lié à la marque employeur, au service du recrutement et de la rétention des talents. Les entreprises qui offrent une excellente expérience collaborateur sont plus attrayantes pour les candidats et ont plus de chances de retenir leurs talents existants. Il est essentiel de créer et de **maintenir un lien fort** avec les collaborateurs, même s'ils travaillent à distance.

Ainsi, une étude de McKinsey souligne l'intérêt croissant que portent les organisations à l'expérience collaborateur. Certaines vont jusqu'à abandonner le terme «ressources humaines», et beaucoup substituent même le titre de «Directeur des Ressources Humaines» par «Directeur de l'Expérience Collaborateur».

Créer ce lien nécessite de développer une marque employeur forte, ce qui requiert une attention particulière à plusieurs aspects clés.

Il s'agit d'abord de renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise par un **communication globale, adaptée aux besoins et préoccupations de chaque groupe de collaborateurs.**

Ensuite, l'objectif est de fournir une expérience collaborateur fluide et sans couture, en intégrant l'ensemble des applications via un **point d'entrée unique**, rendant le passage d'un outil à l'autre invisible.

Enfin, il paraît désormais indispensable de **travailler l'expérience en lien avec l'hybridation du travail** et d'adapter les locaux de l'entreprise aux nouveaux besoins, en mettant l'accent sur les espaces collectifs pour les rencontres et la collaboration, tout en garantissant la possibilité de travailler dans le calme et d'interagir efficacement avec ceux qui ne sont pas présents au bureau.

En créant un environnement de travail attrayant et en investissant dans l'expérience des employés, les entreprises peuvent grandement **améliorer leur marque employeur** pour attirer et retenir des talents de haute qualité. Et cette attraction (attirance ?) ou cet attachement seront d'autant plus forts que chaque employé vivra une relation personnelle à son entreprise.

## Personnaliser l'expérience collaborateur

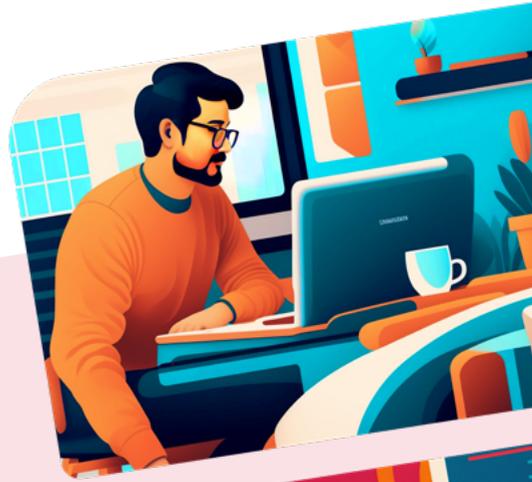
Le dernier enjeu de l'expérience collaborateur est celui de la personnalisation de la relation entre le collaborateur et son entreprise, puisque la satisfaction passe également par **un service aux collaborateurs précis**, adapté et personnalisé. Aujourd'hui, les employés attendent une expérience de travail qui réponde à des besoins individuels et qui respecte leur individualité.

Que ce soit par email, messagerie instantanée, vidéoconférence, réseaux sociaux d'entreprise ou autres, l'information doit circuler de manière fluide et homogène. Cela nécessite une bonne coordination et **une intégration technologique appropriée**. Des outils basés sur l'IA, comme les chatbots, aident à **rendre l'information accessible** au moment où le collaborateur en a besoin, favorisant ainsi une disponibilité 24/7 de l'information.

Pour offrir une expérience fluide, il est également crucial de **rationaliser et d'harmoniser les processus** en fonction des besoins individuels de chacun. Cela signifie éliminer les processus inutiles pour les uns, simplifier les processus complexes pour les autres, et veiller à ce que tous les processus soient bien alignés. Cela peut être facilité par l'utilisation de logiciels d'automatisation de processus et d'outils de gestion de projet.

Ainsi, par exemple, la gestion optimale des *workflows* via des outils tels que Zendesk peut faciliter le traitement des demandes collaborateurs par la création de *workflows* personnalisés, qui peuvent être adaptés aux besoins spécifiques de chaque employé ou par équipe. Cela aide à rationaliser et à harmoniser les processus de travail, ce qui permet aux employés de se concentrer sur leurs tâches sans être distraits par des processus inutilement complexes ou des tâches administratives.

Évoquons aussi le *Selfcare*, ou autogestion, qui représente une autre dimension importante de la personnalisation.



Il s'agit de donner aux employés la possibilité de gérer eux-mêmes certains aspects de leur travail, comme la gestion de leur temps, le choix de leurs tâches, ou la participation à la prise de décision. Cela peut être facilité par des outils technologiques, mais aussi par une culture d'entreprise qui valorise l'autonomie et la responsabilité individuelle.

Là encore, Zendesk offre des options de *selfcare* permettant aux employés de résoudre leurs problèmes techniques ou administratifs de manière autonome. Par exemple, ils peuvent utiliser le portail de service d'assistance pour trouver des solutions à leurs problèmes ou pour demander de l'aide. Cela contribue à **renforcer l'engagement**, car chacun se sent habilité à résoudre ses problèmes.



## Jacques a dit... mais s'est trompé!

En conclusion, le collaborateur est aujourd'hui un acteur central, qui joue un rôle au service de la marque et de ses clients, et dont l'expérience est cruciale pour la réussite de l'entreprise.

En adressant les enjeux clés de travail hybride, d'optimisation de l'efficacité à distance, de développement de la marque employeur, de rétention des talents, et de personnalisation de l'expérience collaborateur, toutes les organisations peuvent favoriser un environnement de travail plus stimulant et engageant, susceptible de fidéliser le collaborateur en lui offrant une expérience enrichissante au sein de l'organisation.



Dans cette optique, le numérique, l'intelligence artificielle et les chatbots sont des outils précieux qui peuvent significativement contribuer à améliorer cette expérience collaborateur.

Le temps où le collaborateur n'était pas un client comme les autres est révolu :  
*Playtime's up !*

**Article écrit par des humains augmentés  
de Chat-GPT<sup>4</sup>**

# keyrus

## make data matter

Acteur international du conseil et des technologies, Keyrus a pour mission de donner du sens aux données, en révélant toute leur portée, notamment sous un angle humain.

Parce que ce ne sont pas tant les données elles-mêmes qui importent, mais les opportunités que nous pouvons développer en les apprivoisant vraiment, nous nous efforçons constamment de comprendre les objectifs que nos clients souhaitent atteindre. Nous explorons et mesurons les comportements, nous les comprenons et les traduisons en un résultat concret. Nous donnons un sens aux réalités que les données portent afin d'aider nos clients à prendre des décisions plus efficaces.

Les données, qu'elles soient grandes, petites, humaines, complexes, historiques ou prospectives, n'ont de sens que lorsqu'elles sont utilisées pour développer les expériences, affiner la compréhension du quotidien et prendre les meilleures décisions.

Notre proposition de valeur est fondée sur cinq grands groupes de services, chacun comprenant des offres multiples :

- **Automatisation et intelligence artificielle** : nous fournissons à nos clients les moyens d'améliorer leur productivité et leur précision sur l'ensemble de leurs processus, afin de se concentrer sur le travail à plus forte valeur ajoutée.
- **Expérience numérique centrée sur l'humain** : la relation avec les clients et l'engagement des collaborateurs constituent deux des plus grands contributeurs au succès global des entreprises. Nous aidons les entreprises à imaginer et à créer des expériences numériques multimodales et fluides pour atteindre leurs objectifs.
- **Mise en œuvre des données et des analyses** : les données sont une clé incontournable du succès pour les entreprises. Lorsqu'elles sont utilisées intelligemment, elles ouvrent des opportunités uniques pour faire face aux défis actuels et futurs. Nous permettons aux organisations de déployer tout le potentiel de leurs données ; nous mettons la science des données au profit du développement de de l'entreprise.
- **Cloud et sécurité** : le Cloud et les plateformes numériques ont le potentiel de révolutionner la façon dont les données sont transformées en valeur, tout en portant l'extensibilité et la flexibilité à un niveau supérieur. Nous sécurisons l'ensemble de vos données et veillons à ce qu'elles soient protégées et confidentielles.
- **Transformation et innovation** : pour prospérer dans l'écosystème actuel, chaque entreprise doit non seulement accélérer sa transformation numérique, mais aussi acquérir des compétences pour stimuler son adaptabilité, sa résilience et sa compétitivité. Nous aidons nos clients à se transformer avec succès pour développer un meilleur futur.

S'appuyant sur l'expérience cumulée de plus de 3 000 collaborateurs et présent dans 22 pays sur 4 continents, Keyrus est l'un des principaux experts internationaux en matière de données, de conseil et de technologie.

Pour en savoir plus : [www.keyrus.fr](http://www.keyrus.fr)

### Jean-Philippe CLAIR

Directeur Marketing, Communication & Innovation Keyrus

[jean-philippe.clair@keyrus.com](mailto:jean-philippe.clair@keyrus.com)