

Spécial
Internet

interne

Comment rendre l'intranet incontournable

Comment expliquer que l'intranet soit devenu un outil incontournable de travail quotidien dans certaines entreprises mais qu'il soit totalement ignoré dans d'autres? Le cabinet d'études et conseil en communication interne et sociale Ecins s'est penché sur la question dans une récente enquête. Publiée en septembre 2007, elle compile les résultats statistiques de 13 études menées entre 2003 et 2007 totalisant près de 9500 répondants.

Globalement, les salariés ne sont vraiment satisfaits ni de la forme ni du contenu de leur intranet. «*Les multiples sites qu'ils peuvent fréquenter rivalisent d'attractivité et de praticité, si bien que l'ergonomie, la facilité de navigation et l'esthétique de leurs intranets sont jugées perfectibles*», justifie Patricia Marchat, directrice d'Ecins. Un tiers des salariés déplorent ainsi le manque de rapidité d'ouverture des pages, et un quart d'entre eux jugent «*mauvais ou moyen*» le moteur de recherche de leur intranet. Ils sont à peine plus indulgents quant à l'actualisation: 23% des intranetes estiment médiocre.

Les dysfonctionnements proviennent généralement d'une carence dans l'organisation du réseau d'émetteurs internes. «*Trop souvent, il s'agit de person-*



Selon Patricia Marchat, directrice du cabinet Ecins, « plus on y trouve de documentation sur les métiers, plus les intranets sont utilisés ».

nes qui sont chargées d'alimenter une rubrique en plus de leurs fonctions habituelles, si bien que cela ne constitue pas pour elles une priorité», note l'étude. «*Pour sortir de l'ornière, il faudrait que les entreprises se décident à créer des postes supplémentaires en communication interne*», estime Patricia Marchat.

Centre documentaire

Autres moyens préconisés par l'étude pour doper la fréquentation des intranets: leur donner un nom, créer des newsletters un tant soit peu personnalisées selon les profils et fonctions des collaborateurs, et surtout les rendre indispensables au travail quotidien des salariés. «*Alertes réglementaires, plaquettes commerciales, informations sur la concurrence: plus on y trouve de documentation sur les métiers, plus l'intranet est utilisé*», commente Patricia Marchat. *Mais la meilleure façon de recueillir des pistes d'amélioration est sans aucun doute de commencer par consulter les salariés.*»

L'étude en bref

25 %. Part des salariés qui ne consultent jamais leur intranet. Le taux moyen de non-utilisateurs des intranets est supérieur de 10 points au taux moyen des salariés qui n'ouvrent jamais leur journal d'entreprise.

25 %. Part des salariés jugeant «mauvais ou moyen» leur moteur de recherche interne.

28 %. Part des salariés qui déplorent la lenteur d'ouverture des pages de leur intranet.

Source: Ecins

L.L.