



Être connecté ou ne pas l'être

Une nouvelle génération de collaborateurs se présente aux portes de la vie professionnelle : la génération Y. Elle a grandi et a été éduquée dans un monde où l'internet s'est pleinement développé. Elle s'attend donc à retrouver la connectivité dont elle est coutumière dans l'espace de travail et à utiliser partout ses appareils favoris. On peut diviser le monde d'aujourd'hui en deux générations : celle née à l'ère digitale et les immigrants de l'ère digitale. Ces deux groupes parviendront-ils à se comprendre, au bureau ou à l'usine ?

Joyeux Noël, Mme la DSI !

Les membres de la génération Y, également appelée la « Net Generation » ou encore les « enfants du millénaire », souhaitent plus que tout être connectés aux autres personnes et avoir un comportement sociable. Les smartphones et les autres appareils mobiles sont les outils qui leur permettront mais les fonctionnalités de ces appareils sont bien plus importantes à leurs yeux que la technologie sous-jacente. Les enfants du millénaire font usage de la technologie pour des raisons d'adaptation à leur environnement, de facilité ou dans un contexte de collaborationⁱ mais en même temps, dans un cadre d'apprentissage, ils classent l'interaction directe, en vis-à-vis, en première ou en seconde place d'importance.ⁱⁱ



« Le 'Federated Mission Networking' est un vaste projet qui déterminera dans les années à venir la façon dont on se connectera au réseau de l'OTAN et dont on y puisera de l'information. Les applications sont déjà très importantes dans cet environnement et on les utilise en situation de conflit. De nombreux soldats appartiennent à la génération Y et apprécient l'usage de ce type d'appareils. »

Johan Schrooyen, Ingénieur chargé de l'information, Délégation permanente de la Belgique auprès de l'OTAN

Ceci est l'opinion personnelle de l'interviewé. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'il représente.



Sarah Callens, consultante et coach, Frajlick Campus

Dans la vie privée, les membres de la génération Y sont de grands utilisateurs de réseaux sociaux et fréquentent de nombreuses communautés virtuelles. Flickr, Orkut, Facebook, Foursquare et de nombreuses autres plateformes leur offrent une foule d'opportunités d'interaction sociale.

Durant leur scolarité, ils ont utilisé l'internet pour trouver un accès rapide et aisé à une multitude de sources d'informations, certaines fiables, d'autres moins et d'autres encore pas fiables du tout. Les « enfants du millénaire » ne s'intéressent pas tant à la technologie rendant toutes ces applications

possibles mais ils savent avec précision de quel type d'application ils ont besoin en fonction de leur objectif. Ils ont eu recours au Web pour leurs travaux scolaires (94 %) et 78 % d'entre eux pensent que le Web les a aidés durant leurs travaux.ⁱⁱⁱ

Des études démontrent que la génération qui a grandi avec l'ordinateur rassemble et utilise l'information autrement que les générations précédentes. Mais il y a d'autres différences avec les générations qui l'ont précédée^{iv} :

- La faculté de lire des images visuelles – ils sont des communicateurs visuels intuitifs

ⁱ Diana Oblinger & James Oblinger, "Is it Age or IT: First Steps toward Understanding the Net Generation", www.educause.edu

ⁱⁱ Diana Oblinger, Op. Cit.

ⁱⁱⁱ Amanda Lenhart, Maya Simon, et Mike Graziano, "The Internet and Education: Findings of the Pew Internet & American Life Project" (Washington, D.C.: Pew Internet & American Life Project, Septembre 2001), http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Schools_Report.pdf, mentionné in Diana Oblinger, Op. Cit.

^{iv} Marc Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?" "On the Horizon", vol. 9, no. 6 (Décembre 2001), pp. 15–24; disponible sur <http://www.marcprensky.com/writing/>, mentionné in Diana Oblinger, Op. Cit.

- Ils ont des aptitudes visuelles et spatiales – c'est peut-être par leur familiarité avec les jeux électroniques qu'ils parviennent à intégrer le virtuel et le physique
- Ils font leur apprentissage par induction – ils apprennent davantage en découvrant par eux-mêmes qu'en recevant une formation
- Ils démultiplient leur attention – ils sont capables de diriger rapidement leur attention d'une tâche à une autre, et choisissent parfois de ne pas accorder d'attention aux choses qui ne les intéressent pas
- Ils répondent rapidement – ils ont la faculté de réagir vite mais exigent la même chose en retour

La Net Generation au travail

La *Net Generation* a clairement ses propres caractéristiques, dont le monde de l'entreprise devra tenir compte s'il veut profiter pleinement des compétences de ce groupe. Voici un aperçu de ses caractéristiques les plus significatives pour le monde du travail.

Les membres de la génération Y sont des lettrés digitaux : ils utilisent intuitivement toute une variété d'appareils électroniques et ont appris à rassembler des éléments d'informations depuis différentes sources. Ils ne réfléchissent pas de manière linéaire. Comme ils connaissent le Web comme leur poche, ils savent où trouver les informations significatives et fiables, tout en réalisant que cela ne comblera pas toutes leurs lacunes en matière d'information.

Comme ils sont presque sans arrêt connectés, ils ont adopté la connectivité mobile comme un mode de vie. Ils restent connectés en se déplaçant de la maison à l'école, de l'école à leurs activités sociales, de leur domicile au travail, ... Les appareils mobiles (smartphone et tablette) sont au cœur de cette connectivité. Ceci explique également qu'ils soient rapides à réagir aux messages ou à trouver une information. Ils sont si rapides qu'ils en négligent la précision et le vocabulaire conventionnel, sacrifiés à la vitesse.

La plupart des membres de la génération Y préfèrent acquérir des connaissances auprès de leurs pairs, par expérience pratique plutôt que de s'entendre dire par autrui (généralement des immigrants digitaux) comment les choses doivent se dérouler. Un des défis majeurs de notre système d'éducation actuel est le conflit entre les immigrants digitaux (ceux qui enseignent) sur la façon dont il faut apprendre aux membres de la génération Y comment récolter des informations et comment acquérir des connaissances.

L'expérience qu'ils ont des interactions sociales implique que les membres de la génération Y sont ouverts aux interactions avec les autres, même s'ils ne connaissent pas personnellement les membres d'un groupe. Avec une étonnante ouverture à la diversité, ils partagent des informations personnelles et émotionnelles à leur propre propos, sans hésitation. Il leur est également naturel de participer à des activités communes liées à l'une ou l'autre cause, par exemple environnementales ou en rapport avec la sécurité dans leur quartier. Ils pensent sincèrement qu'ils peuvent faire la différence.

Une enquête menée en 2011 auprès de 1.000 participants par l'agence Frajlick Campus^v met en avant dix éléments clés :

- Les membres de la génération Y préfèrent s'appuyer sur leurs pairs plutôt que sur leurs managers pour résoudre un problème.
- Seuls 22 % des membres de la génération Y acceptent sans discuter que le patron leur demande de faire des heures supplémentaires, contre 40 % des membres de la génération du baby boom.
- Un membre sur deux de la génération Y éprouve du stress dû au manque de directives au travail.
- 53 % des membres de la génération Y sont opposés aux restrictions d'accès à l'internet, surtout à usage privé, alors que 47 % ne s'en plaignent pas.
- Combiner différentes tâches provoque considérablement plus de stress parmi les collaborateurs de la génération Y qu'au sein des autres générations.



« Unify joue un rôle important dans nos futures Communications Unifiées : pour l'instant, les secrétariats disposent d'une liste de numéros de téléphone pour joindre les médecins au courant de la journée. Mais nous espérons simplifier ce système très rapidement grâce à l'approche One Number. »

Pieter Van Delm et Tom Verhulst, Administrateurs réseau, AZ Nikolaas

Ceci est l'opinion personnelle des personnes interviewées. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'elles représentent.



« Nous suivons très activement l'ensemble des canaux et sommes particulièrement attentifs aux informations qui transitent par Facebook. Nous cueillons les fruits de l'image plus fraîche qui s'en dégage car nous enregistrons une croissance grâce aux clients plus jeunes que nous attirons. En interne, Unify nous donne une impulsion importante pour rajeunir notre façon de communiquer. »

Herman Willekens, Chef d'équipe IS Operations, Mazda Motor Logistics Europe

Ceci est l'opinion personnelle de l'interviewé. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'il représente.



« Les outils de communication modernes nous permettent de rester connectés. Notre ambition est de créer un maximum de valeur ajoutée pour les enfants en situation de handicap. Ces enfants font également partie de la génération Y. Comme les autres, ils suivent les médias sociaux, dont ils sont des utilisateurs permanents. L'accessibilité de ces médias aux plus grand nombre est importante, surtout pour les parents. »

Carl Ide, Coordinateur du Service informatique du Centre Multifonctionnel Sint-Gregorius

Ceci est l'opinion personnelle de l'interviewé. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'il représente.



« La façon dont nous partageons l'information évolue rapidement. Mais toutes les générations peuvent s'adapter. Nous avons des collaborateurs plus âgés qui s'approprient les techniques des nouveaux médias. De cette façon, ils redeviennent des personnes de référence pour leurs plus jeunes collègues et clients. »

Ann Demey, Responsable Infrastructure, Services & Procurement, Direction ICT, NVSM-UNMS

Ceci est l'opinion personnelle de l'interviewée. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'elle représente.

- Un collaborateur sur trois de la génération Y est stressé lorsqu'il doit diriger un projet seul.
- L'utilisation de nouvelles technologies apporte davantage de stress aux collaborateurs de la génération Y qu'à ceux de la génération X. Ce sont les enfants du baby boom qui sont le plus stressés par l'introduction de nouvelles technologies.
- Accumuler des heures de travail supplémentaires pour les échanger contre un plus grand nombre de jours de congé est particulièrement attrayant aux yeux de la génération Y.
- Les collaborateurs de la génération Y n'aiment pas travailler avec des technologies dépassées, mais ce déplaisir est partagé avec les autres générations.

Les personnes nées avec le numérique changeront-elles la donne ?

Diviser les populations en générations tient de la généralisation et toutes les suppositions qui en découlent ne sont jamais exactes. On affirme généralement que les particularités de la technologie incitent la plupart des collaborateurs à adopter certaines caractéristiques de la génération Y. En fin de compte, qui aujourd'hui n'est pas sans cesse connecté ? Tout le monde enregistre des coordonnées personnelles dans la mémoire de son téléphone portable plutôt que de les retenir par cœur. L'enquête de Frajllick Campus suggère qu'il serait plus judicieux de parler de culture Y, plutôt que de génération Y, et qu'il y aurait en réalité moins de facteurs de différence qu'on ne le pense. Un certain nombre de stéréotypes sont même infirmés par les conclusions de l'enquête :

- Les collaborateurs de la génération Y ne sont pas davantage multitâche que ceux des générations précédentes.
- Les collaborateurs de la génération Y ne sont pas plus familiers de l'usage de nouvelles technologies.
- Les collaborateurs de la génération Y n'apprécient pas plus le travail en équipe que ceux des autres générations.

La culture Y

Lors d'une présentation dans le cadre d'une rencontre d'entreprises organisée le 28 janvier 2014 par Unify à Bruxelles, Sarah Callens, consultante et coach de Frajllick, a fait référence à la « culture Y », un effet de transfert que les organisations constatent de plus en plus. Les structures basées sur cette culture Y se caractérisent par quatre concepts clés : l'interactivité, l'individualisation, un esprit critique et la gratification immédiate.

L'interactivité est un phénomène généralisé dans l'économie actuelle. Nous utilisons tous des interfaces rapides et faciles telles que booking.com, tripadvisor ou groupon pour organiser nos vies et trouver réponse à nos choix.

L'individualisation - il s'agit d'autre chose que l'individualisme - est fondé sur la disponibilité d'options sur mesure qui sont proposés à tous : la TV à la demande, utilisée par toutes les générations, en est un exemple.

L'esprit critique va dans le sens de ces processus de pilotage bien définis, caractéristiques de l'environnement transparent dans lequel nous évoluons : il s'agit de remises en question, de recherche de réponses et de sens.

La gratification immédiate cadre dans le contexte exigeant de modes opérationnels en constante évolution dans les entreprises, de travail à distance et de systèmes de pilotage précis.

Équipe 2.0

Sarah Callens estime que les équipes promises au succès - les équipes 2.0 - seront celles qui parviendront à bâtir leurs performances sur une dynamique intégrant différentes générations au sein d'une équipe. Ces équipes multi-générationnelles généreront une interactivité accrue entre les membres, des communications plus personnalisées, un style de management individuel de proximité, plus d'intérêt à un feedback rapide et efficace et davantage de réflexion sur les processus, les initiatives et les (in-)cohérences du système.



Joyeux Noël, Madame la DSI !

La culture Y nécessitera des départements IT particulièrement inventifs et attentifs aux différentes générations d'utilisateurs. Les accès limités, l'exclusion d'applications, la régulation des appareils et autres restrictions à la connectivité sont impensables dans la culture Y.

La constatation de Pattie Orr, vice-présidente chargée des IT au sein des bibliothèques universitaires de Baylor University est édifiante^{vi} : « Nous avons quantifié le nombre d'appareils connectés à notre réseau à l'automne 2011. Lorsque les étudiants sont rentrés de vacances, nous avons constaté une augmentation du nombre de ces appareils de 16 %. Ce fut un fameux Noël pour moi : plus de 4.000 appareils dernier-cri à servir ! »



« Avec l'e-mail, Facebook et Twitter, le temps de réaction est sans cesse plus court, les réponses sont moins précises, moins documentées. Tout l'art, c'est de trouver le bon équilibre, y compris dans la relation avec le client. Nous communiquons généralement avec le client selon le mode qu'il a choisi. Notre call center répond aux e-mails par e-mail, au téléphone en cas d'appel, par courrier lorsqu'on nous contacte par la poste. Les clients l'apprécient. »

Patrick Gillis, Managing Director et Björn Van Beeck, Manager Business Development, Hexacom

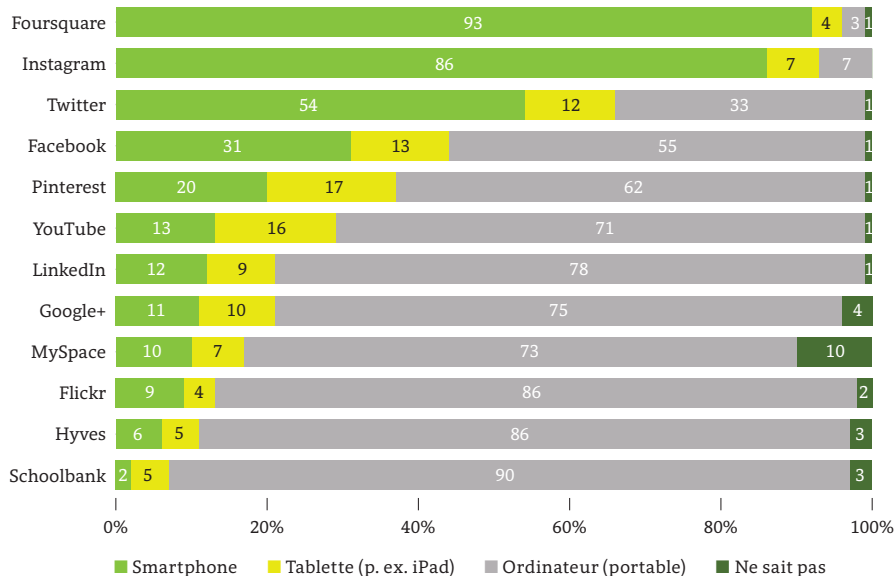
Ceci est l'opinion personnelle des personnes interviewées. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'elles représentent.



« Chaque changement, qu'il soit économique ou sociologique, modifie l'équilibre d'une organisation. Voilà pourquoi la première phase du changement doit toujours impliquer une attention particulière pour éviter une perte de performance. Mais au fil du temps, le recours à de nouveaux modes opérationnels, à de nouveaux canaux et interfaces doit en principe accroître la productivité. Cependant, c'est l'implication personnelle qui détermine en grande partie la performance. »

Frédéric Berti, Directeur VOO Business, Tecteo Group

Ceci est l'opinion personnelle de l'interviewé. Elle ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'organisation qu'il représente.



Une enquête de marché réalisée par Newcom Research & Consultancy aux Pays-Bas (à partir du début 2013 sur un panel représentatif de personnes âgées de 15 ans et plus), indique un usage croissant des appareils mobiles pour accéder aux applications sociales les plus populaires. Pour accéder à Facebook, la plupart des jeunes entre 15 et 19 ans utilisaient un smartphone (54 %), contre 31 % tous âges confondus. Les générations plus âgées préfèrent l'ordinateur portable ou le desktop. Pour envoyer des Tweet, 70 % des jeunes utilisaient leur smartphone (contre 54 % tous âges confondus).

^{vi} Judith A. Pirani, Educause Consultant and President Sheep Pond Associates, Leadership Roundtable, What does BYOE mean to IT, mai 2013, trouvé sur <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERS1301/ECS1304.pdf>

À propos de Unify

Unify – auparavant connue sous le nom de Siemens Enterprise Communications – est l'une des plus grandes entreprises de logiciels et services de communication au monde. Nos solutions regroupent une multitude d'équipements, de terminaux et d'applications au sein d'une seule et même plateforme facile d'utilisation. Celle-ci permet aux équipes d'entretenir des conversations à la fois riches et efficaces. Cela résulte en une transformation du mode de communication et de collaboration de l'entreprise, renforçant par là même l'effort collectif, stimulant l'activité et améliorant de manière conséquente les performances commerciales. Née du cœur de métier de Siemens, l'ingénierie, Unify s'appuie sur cet héritage caractérisé par la fiabilité des produits, l'innovation, le respect de normes ouvertes et la sécurité pour fournir des solutions de communication intégrées à 75 % des 500 plus grandes entreprises mondiales. Unify est une joint-venture entre The Gores Group et Siemens AG.

unify.com



Copyright © Unify GmbH & Co. KG, 2014
Hofmannstr. 51, 81379 München/Allemagne
Tous droits réservés
Référence: A31002-P3010-D101-2-7629

Les informations de ce document contiennent uniquement des descriptions générales ou des caractéristiques qui, dans des cas d'utilisation concrets, ne sont pas toujours applicables dans la forme décrite ou qui, en raison d'un développement ultérieur des produits, sont susceptibles d'être modifiées. Les caractéristiques particulières souhaitées ne sont obligatoires que si elles sont expressément stipulées dans les termes du contrat. La disponibilité et les spécifications techniques sont susceptibles de modification sans information préalable.

Unify, OpenScape, OpenStage et HiPath sont des marques déposées par Unify GmbH & Co. KG. Tous les autres noms de marques, de produits et de services sont des marques de commerce ou des marques déposées appartenant à leurs propriétaires respectifs.

UNIFY Harmonize
your enterprise

Formerly Siemens Enterprise Communications