

Un réseau social au service des salariés

A travers leur réseau social d'entreprise, 213 750 utilisateurs s'informent, collaborent et s'entraident grâce à une multitude d'e-services pertinents.

Résumé

Acteur majeur de la transition énergétique, le Groupe EDF participe à la fourniture d'énergies et de services à environ 35,1 millions de clients, dont 26,5 millions en France. Grâce à son Réseau Social d'Entreprise entièrement intégré avec Liferay, le Groupe offre un outil de communication et de collaboration incontournable à l'ensemble de ses employés.

edf.fr

En Bref

SECTEUR D'ACTIVITÉ :

Energie

PAYS :

France

TYPE DE PROJET :

Portail Intranet

FONCTIONNALITÉS CLÉS :

Articles, blogs, wikis, forums, FAQ, formulaires



Vivre EDF Online valorise nos salariés et s'inscrit dans une culture d'entreprise plus collaborative et ouverte, où les échanges peuvent être spontanés et constructifs.

Raouf Ellini, Chef de Projet, EDF

Défis

- Mutualisation de plus de 400 sites intranet sur une plateforme unique
- Simplification de l'accès aux différents services en ligne, notamment RH, à travers une interface unique
- Personnalisation de l'information selon les profils utilisateurs
- Intégration des systèmes et applications métier existants

Valeur ajoutée



CONTENUS VARIÉS

390 000 contenus (articles, wikis, blogs, documents, forums, sondages)



COLLABORATION ACCRUE

540 communautés d'intérêt
Des e-services utiles et pratiques



ADHÉSION UTILISATEURS

213 750 utilisateurs en 2017
57 000 visiteurs uniques par jour

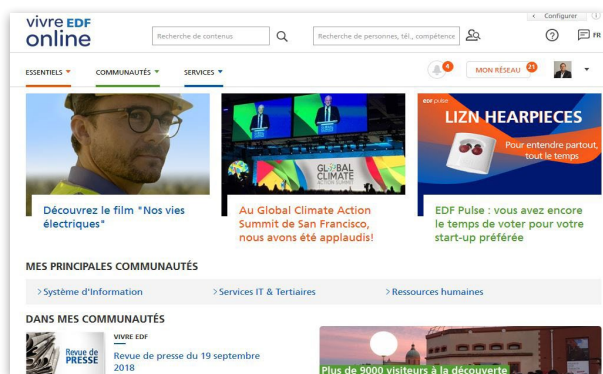


ACCÈS WEB ET MOBILE

Sur desktop et application mobile, disponible sur iOS et Android.

400 intranets mutualisés

Auparavant, le Groupe EDF disposait de plus de 400 sites intranet éparpillés partout dans le monde. En 2011, la DSI ainsi que les Directions RH et Communication Groupe, appuyées par les membres du Comex, lancent le premier réseau social du Groupe. Son objectif est simple : offrir aux salariés un point d'entrée unique pour accéder aux informations et aux services en ligne dont ils ont besoin.



Développé en mode agile, en seulement quatre mois, « Vivre EDF Online » utilise 90% des fonctionnalités Liferay et comprend cinq briques majeures : communication, collaboration, réseau social, e-services et mobile.

De l'actualité aux communautés

Avec près de 110 000 articles publiés, la Direction de la Communication offre aux salariés toutes les informations institutionnelles et actualités du groupe. Chaque utilisateur peut commenter les articles ou poser une question ouvertement aux dirigeants.

A chaque connexion, il visualise une information personnalisée selon son profil, son activité sur le réseau ou encore son appartenance à l'une des 540 communautés d'intérêt. Chacune d'entre elles dispose de sa propre actualité, ses blogs, ses wikis et sa FAQ. « Nos communautés en ligne favorisent grandement la collaboration. Il existe même des communautés d'innovation pour lancer des challenges et recueillir de nouvelles idées » indique Raouf Ellini. En terme de gouvernance, chaque entité métier dispose d'un Community Manager dédié, dont le rôle est de valider la création d'une nouvelle communauté ou d'en gérer l'activité.

De l'annuaire au réseau social

Un annuaire contenant 217 000 fiches a également été créé. Chaque fiche indique les coordonnées du salarié, son poste, son entité, son réseau de contacts internes ainsi que ses compétences. A l'instar de LinkedIn, ces dernières peuvent être renseignées par le salarié ou être recommandées par d'autres collègues.

« Ces fiches sont un sorte de CV en ligne. Elles permettent aux salariés de rechercher un collègue et aux équipes RH de détecter des talents pour mieux pourvoir les nouveaux postes » explique Raouf Ellini.

Des services en ligne intégrés

L'agrégation d'applications métier existantes en un point d'entrée unique simplifie le quotidien de chaque salarié. Par exemple, le service « Ma Situation RH » lui permet de consulter ses données personnelles, gérer ses congés ou ses formations, consulter les offres de mobilité, obtenir un passeport numérique pour monter en compétence ou demander une attestation. Ce qui a considérablement réduit le nombre d'appels aux équipes RH.

Mais le Groupe est allé encore plus loin en proposant une multitude de services collaboratifs dignes des plus grandes solutions du marché.

Par exemple, la création d'un outil de planification d'événements ou de réunions. Nommé « TDISPO ? », ce Doodle interne a rapidement remporté l'adhésion.

Un service de petites annonces permet aussi aux salariés de vendre, acheter, louer ou proposer leurs services. Un Bon Coin EDF dont le succès est fulgurant.

Un annuaire dédié aux sites EDF permet, quant à lui, de localiser chaque site et de découvrir les meilleurs restaurants ou offres promotionnelles à proximité, grâce à la contribution des salariés. Une sorte de TripAdvisor pour ne rien rater des meilleurs bons plans.

« Utile et performant, ce réseau social a non seulement permis d'ouvrir la communication entre les directions et les équipes, mais aussi porté l'esprit de collaboration au service de l'entreprise » conclut Raouf Ellini.