

La technologie peut-elle (vraiment) sauver le bien-être en entreprise ?

Spoiler : non. Sauf si vous vous astreignez à un passage en revue draconien des nombreuses solutions qui vous promettent d'améliorer la qualité de vie au travail de vos salariés. Parce que le bien-être passe par une méthodologie bien rôdée.

Temps de lecture : minute

28 septembre 2018

Les technologies liées au bien-être au travail sont-elles une vaste fumisterie ou peuvent-elles au contraire améliorer le quotidien de centaines de milliers de travailleurs ? Difficile de répondre à une telle question de façon tranchée. Si la technologie peut parfois constituer un obstacle à notre bonheur, notamment parce qu'elle impose, dans tous les domaines de notre vie, une notion de performance, elle incarne aussi une forme de progrès. Elle restreint et adoucit les tâches techniques et s'intéresse de plus en plus près à une caractéristique à la fois très discutée et difficilement quantifiable : la qualité de vie au travail.

De nombreuses startups se lancent sur ce créneau désormais porteur. Mais l'Enfer étant pavé de bonnes intentions, difficile pour les entrepreneurs de s'y retrouver dans ce dédale de *feel-good* solutions. Dans un livre blanc intitulé *Bien-être au travail : guide inspirational pour passer à l'action*, le cabinet de conseil Stanwell et la startup One Conciergerie dessinent pourtant les contours d'une méthodologie pour trier le bon grain de l'ivraie et donner toutes leurs chances aux solutions technologiques.



À lire aussi

Le bonheur au travail : utopie ou effet placebo ?

Des caractéristiques techniques à prendre en compte

Une solution logicielle liée au bonheur au travail n'est pas un Woodstock en version SaaS. De la même manière que vous n'achèteriez pas le premier éditeur de comptabilité venu, ne commettez pas la même erreur sous prétexte que vous agissez pour la bonne cause ! Pour qu'une solution soit réellement efficace, elle doit respecter certaines contraintes techniques, comme être interopérable avec votre système d'information. C'est le meilleur moyen pour donner toutes les chances à la solution d'être utilisée par les managers et les salariés et que les informations afférentes puissent être transmises facilement.

Avant de souscrire un abonnement pluriannuel à une solution pour

laquelle vous avez eu un coup de coeur, étudiez également son ergonomie. Les créateurs du logiciel ont en général planché durant quelques nuits blanches sur l'expérience utilisateur mais ce qui correspond à certaines entreprises n'est pas forcément la panacée pour tout le monde. Assurez-vous donc que vos salariés soient à l'aise avec l'interface et puissent aisément prendre en main les outils proposés. Au risque de voir votre initiative finir aux oubliettes.

Et si les fonctionnalités proposées vous semblent incomplètes, pourquoi ne pas évoquer la question avec les créateurs de la solution ? Ils ont peut-être des projets de développement dans leurs cartons qui peuvent vous intéresser et éclairer sous un nouveau jour une éventuelle collaboration. C'est à eux de vous accompagner dans la mise en place et l'adoption de leur solution. À vous de créer la synergie entre leur connaissance millimétrée de leur solution et celle que vous avez de votre entreprise et de vos salariés.

Ne vous contentez pas de mettre la solution à disposition de vos salariés

Vos salariés sont des consommateurs comme les autres : de la même manière qu'un meuble en kit sans mode d'emploi a peu de chances d'être monté et utilisé, ils n'utiliseront pas naturellement la solution que vous leur mettez à disposition. Jamais. Ils la testeront peut-être pour mieux l'abandonner à la première difficulté. À vous de faire en sorte que cela n'arrive pas : d'abord en communiquant sur la mise en place de la solution et en organisant des sessions d'information, voire de prise en main pour les plus réticents. Suivez les inscriptions et assurez-vous que l'ensemble des collaborateurs ait sauté le pas.

Ensuite, ciblez les salariés les plus motivés pour tester la solution et misez sur l'effet d'entraînement. Il suffit qu'un petit noyau de personnes se mettent à l'utiliser et jouent les ambassadeurs pour que la mayonnaise

prenne. Ce qui ne doit pas vous empêcher de suivre le bon déroulement des choses en relançant régulièrement l'ensemble des collaborateurs et en leur demandant de premiers retours quelques semaines après la mise en place du service. À vous ensuite d'évaluer la pertinence du service pour votre entreprise et si ce qu'il apporte est à la hauteur de vos espérances (et du virement que vous faites tous les mois). Ce n'est qu'au prix de cette analyse que la technologie vous sera d'un réel soutien pour améliorer la qualité de vie de vos salariés.



Article écrit par Geraldine Russell