



Microsoft®
SharePoint® 2010



Meilleures pratiques pour l'adoption de SharePoint 2010

Livre blanc
Septembre 2010

CLAUSE D'EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ

Les informations contenues dans ce document représentent l'opinion actuelle de Microsoft Corporation concernant les points discutés à la date de publication. Microsoft devant répondre à l'évolution des conditions du marché, ceci ne peut être interprété comme un engagement de la part de Microsoft et Microsoft ne peut garantir l'exactitude des informations présentées après la date de publication.

Ce livre blanc est fourni uniquement à titre indicatif. MICROSOFT EXCLUT TOUTE GARANTIE, EXPRESSE, IMPLICITE OU STATUTAIRE, EN CE QUI CONCERNE LES INFORMATIONS DE CE DOCUMENT.

L'utilisateur est tenu d'observer la réglementation relative aux droits d'auteur applicable dans son pays. Sans limitation des droits d'auteur, aucune partie de ce document ne peut être reproduite, stockée ou introduite dans un système de restitution, ou transmise sous quelque forme, à quelque fin ou par quelque moyen que ce soit (électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre) sans la permission expresse et écrite de Microsoft Corporation.

Microsoft peut détenir des brevets, avoir déposé des demandes d'enregistrement de brevets ou être titulaire de marques, droits d'auteur ou autres droits de propriété intellectuelle portant sur tout ou partie des éléments qui font l'objet du présent document. Sauf stipulation expresse contraire d'un contrat de licence écrit de Microsoft, la fourniture de ce document n'a pas pour effet de vous concéder une licence sur ces brevets, marques, droits d'auteur ou autres droits de propriété intellectuelle.

© 2010 Microsoft Corporation. Tous droits réservés.

Microsoft, SharePoint, Microsoft Office, .NET Framework, Windows SharePoint Services, ASP.NET, Office SharePoint Server, Business Data Catalog, Windows Workflow Foundation, InfoPath, InfoPath Forms Services et Office Outlook sont des marques déposées ou des marques de Microsoft Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les noms de produits et de sociétés réels mentionnés dans la présente documentation sont des marques de leurs propriétaires respectifs.

Certaines parties de ce livre blanc proviennent de l'ouvrage [Essential SharePoint 2010 \(éventuellement en anglais\)](#) (copyright 2011) avec l'autorisation d'Addison-Wesley, édité chez Pearson Education. Tous droits réservés.

À propos de ce livre blanc

Microsoft SharePoint Server 2010 offre aux utilisateurs métiers de nombreuses fonctionnalités qui les rendent plus performants. Par exemple, SharePoint Server 2010 permet aux utilisateurs de collaborer sur des documents, de baliser et d'évaluer le contenu, de réaliser une auto-publication, d'effectuer le suivi des projets de groupe et même de développer leurs propres solutions de productivité. Toutefois, même dotés de toute cette puissance, les utilisateurs (et les organisations pour lesquelles ils travaillent) peuvent tirer grandement parti d'un *plan d'adoption de SharePoint* clairement établi. En effet, SharePoint est souvent un outil dont les utilisateurs peuvent bénéficier, mais dont l'utilisation n'est pas forcément *indispensable* au regard de la tâche à réaliser.

Un plan d'adoption de SharePoint explique comment les avantages du déploiement de SharePoint seront communiqués aux utilisateurs et le type de formation que vous allez dispenser. Un plan d'adoption vous permet d'établir les points suivants :

- les utilisateurs avec pouvoir et les influenceurs qui peuvent « entraîner » les collègues ;
- un plan de communications et de suscitation d'intérêt ;
- un plan de formation complet.

Ce livre blanc explique comment planifier, organiser et créer votre plan d'adoption. En outre, il fournit certains exemples qui montrent comment intégrer votre plan de gouvernance aux plans de formation et de communications pour votre solution.

Tout d'abord, expliquons pourquoi l'adoption de SharePoint peut constituer un défi.

Le défi de l'adoption

Même si vous disposez d'un plan de gouvernance parfait, d'une collection complète de contenu crédible, utilisable et pertinent, ainsi que d'une solution entièrement testée, il ne suffit pas « d'activer » le nouvel environnement de portail, de collaboration ou d'informatique sociale pour que les utilisateurs embrassent aussitôt la nouvelle solution. Votre plan d'adoption doit séduire la communauté des utilisateurs pour que la solution soit couronnée de succès.

Qu'est-ce que SharePoint exactement ?

SharePoint 2010 fournit une plateforme de partage d'information, une plateforme de gestion de document, une plateforme de flux de travail, une infrastructure de gestion de processus d'entreprise et une base de développement pour la création des solutions des travailleurs de l'information. Des solutions d'entreprise complètes peuvent être facilement assemblées pour prendre en charge les besoins d'une entreprise, notamment en termes de gestion des informations. Toutefois, l'une des difficultés majeures concernant l'adoption de SharePoint réside dans le fait que, en dépit de la description ci-dessus, SharePoint peut s'avérer très difficile à décrire aux utilisateurs en raison des nombreuses applications, utilisations et fonctions qu'il englobe. Les utilisateurs peuvent souvent obtenir le même résultat en suivant une autre procédure que celle réalisée avec SharePoint. Par exemple, les utilisateurs disposent de plusieurs options pour partager un nouveau document : ils peuvent le publier sur un site SharePoint, mais également l'envoyer par courrier électronique sous la forme d'une pièce jointe ou l'enregistrer dans un partage de fichiers. Il est important de faire en sorte que les utilisateurs sachent comment recourir à SharePoint, même pour la tâche la plus simple.



Figure 1 : la vidéo [SharePoint en termes simples \(éventuellement en anglais\)](#) décrit certains avantages de l'utilisation de SharePoint.

Concevoir une solution susceptible d'être adoptée

Le déploiement de SharePoint 2007 a révélé l'importance d'inclure les utilisateurs finaux dans la conception de la solution. Il est primordial d'assimiler leurs besoins en matière de partage d'informations et leurs points métiers sensibles pour que la solution soit couronnée de succès. Toutefois, même si vous incluez les utilisateurs dans tous les aspects de la création de la solution, il est fort probable que celle-ci apporte des changements à la façon dont ils travaillent. Or, pratiquement tout changement est perçu comme mauvais, même s'il est bon ! Par conséquent, votre plan d'adoption doit tenir compte de la difficulté éventuelle à modifier l'organisation et s'appuyer sur différentes approches pour séduire l'utilisateur. Fondamentalement, votre plan d'adoption prévoit la mise en place d'un changement et, comme vous le verrez au fil de la lecture de ce document, il doit être en mesure de gérer ce changement.

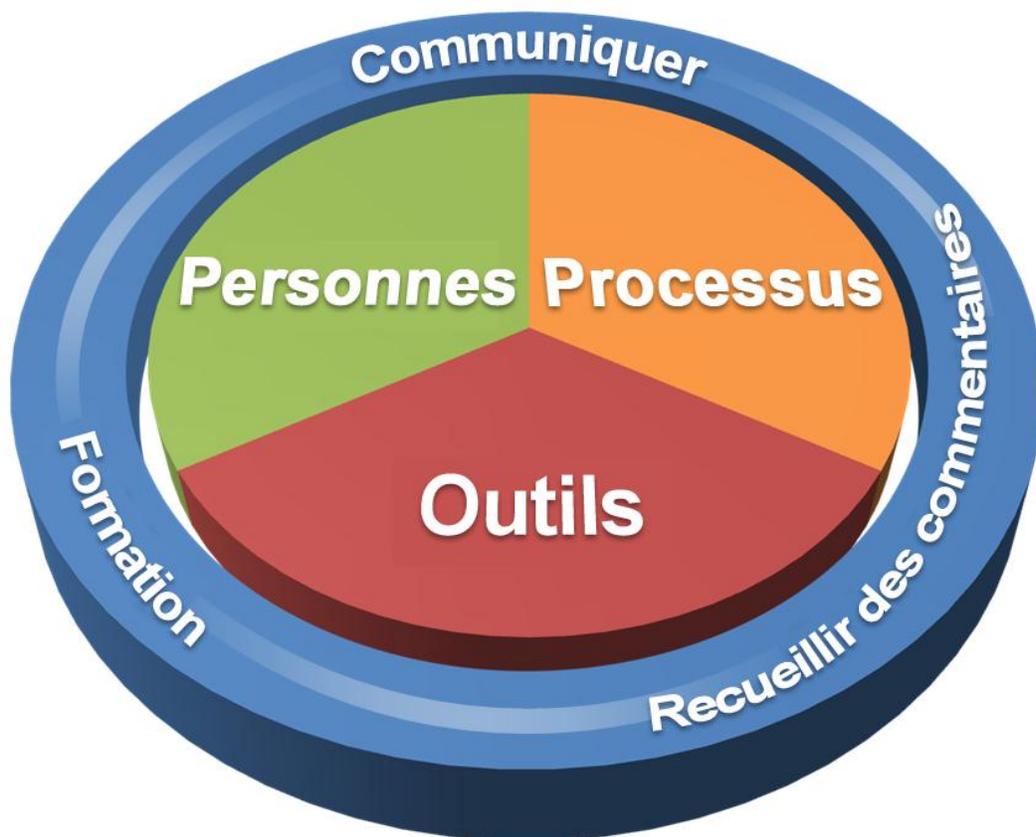


Figure 2 : le changement au sein d'une organisation englobe 3 éléments : les personnes, le processus et les outils. Il s'agit d'un processus itératif de communication du changement, de formation des personnes aux nouvelles compétences et aux nouveaux outils et processus, ainsi que de collecte de commentaires en vue d'améliorations futures.

La plupart des approches auxquelles vous allez recourir pour que l'utilisateur adopte votre solution SharePoint impliquent deux composants critiques : communications et formation. Nous examinerons ces deux domaines dans ce livre blanc. Ces deux domaines critiques seront présents dans pratiquement toutes les tâches que vous prévoirez dans votre plan d'adoption. Toutefois, votre plan doit également définir la façon dont vous allez effectuer une migration depuis votre solution actuelle vers la nouvelle solution et la façon dont vous allez prendre en charge les utilisateurs tant pendant la transition qu'une fois la nouvelle solution implémentée.

Pour que la solution développée séduise les utilisateurs, votre plan d'adoption doit être conçu et, surtout, rédigé avec attention. Comme l'indique Michael Sampson dans son excellent ouvrage, *User Adoption Strategies*, la rédaction d'un plan d'adoption présente plusieurs avantages clés :

- Vous devez faire un effort de réflexion.
- Vous êtes amené à partager quelque chose.
- D'autres personnes prennent part au projet.¹

Le fait de devoir produire un document écrit vous oblige à réfléchir attentivement à ce que vous allez faire. Cela est important. La stratégie d'adoption de solutions SharePoint par l'utilisateur la moins efficace consiste à opter pour une approche attentiste. Même sans lire l'ouvrage de Michael, vous pouvez sans doute imaginer la raison pour laquelle cette stratégie est pratiquement vouée à l'échec. Elle est hélas « appliquée » dans trop d'organisations. Lorsque vous disposez d'un plan écrit, vous possédez un document que vous pouvez réviser avec d'autres personnes. Plus un document est révisé, plus les idées émergent. Davantage d'idées signifient la participation de davantage de personnes. Une participation accrue favorise l'adoption par les utilisateurs. En d'autres termes, la solution conçue séduira les utilisateurs.

¹ Sampson, Michael, *User Adoption Strategies : Shifting Second Wave People to New Collaboration Technology* (The Michael Sampson Company Limited, 2010), 227.

Éléments indispensables pour votre plan d'adoption

Votre plan d'adoption doit comprendre une série d'étapes clés. Vous n'avez pas besoin d'implémenter chacune d'elles, mais vous devez toutes les évaluer attentivement pour déterminer dans quelle mesure elles s'appliquent éventuellement à votre cas.

- Vérifier que vous avez correctement incorporé les composants technologiques qui favorisent l'adoption.
- Démarrer modestement et croître en fonction de l'environnement culturel.
- Implémenter un plan de formation.
- Implémenter un plan de communications.
- Choisir une stratégie de migration de contenu.
- Disposer d'un plan d'assistance aux utilisateurs.
- Proposer des incitations et des récompenses.
- Autoriser les commentaires des utilisateurs finaux.

Examinons chacune de ces étapes.

Vérifier que vous avez correctement incorporé les composants technologiques clés

Pour optimiser l'adoption de SharePoint, vous devez vérifier que votre projet comprend, outre les éléments technologiques classiques (configuration matérielle, composants logiciels personnalisés, tâches de configuration SharePoint), les éléments métiers, tels qu'une architecture de l'information correctement conçue et une stratégie d'informatique sociale. Les quatre domaines clés suivants constituent la base de l'adoption par les utilisateurs :

- architecture de l'information (notamment la personnalisation et l'organisation du contenu et de la navigation) ;
- la recherche (les utilisateurs espérant trouver ce qu'ils recherchent via les dispositifs de recherche et de navigation, vous devez planifier ces deux stratégies de facilité de localisation) ;
- magasin de termes (pour faciliter le recours aux balises et améliorer les résultats de la recherche) ;
- profils utilisateur (pour tirer parti des aspects sociaux de SharePoint).

Architecture de l'information

L'architecture de l'information définit une stratégie et un plan pour la fourniture et l'accessibilité des informations. Elle décrit la façon dont les informations gérées dans SharePoint seront organisées et la façon les utilisateurs navigueront au sein de l'environnement. Un catalogue de bibliothèque constitue un exemple classique d'une architecture de l'information. Le contenu est associé à un ou plusieurs thèmes (par exemple, Fiction ou Suspense), mais possède également des propriétés supplémentaires, telles que le nom de l'auteur, le titre, la date de publication et l'éditeur. Un autre exemple est une bibliothèque de musique en ligne qui stocke des métadonnées telles que le genre, l'artiste, la chanson et l'éditeur. Dans un catalogue en ligne, il est possible d'accéder au contenu ou de l'interroger à l'aide de n'importe quelle valeur de métadonnées ou, souvent, de plusieurs d'entre elles.

Votre architecture de l'information permet aux utilisateurs de rechercher du contenu dans votre environnement SharePoint, à l'image d'un catalogue de bibliothèque facilitant la recherche d'informations dans une bibliothèque.

- Elle prend en charge l'accès aux informations, car elle définit l'organisation structurelle globale de la solution et présente des structures de navigation cohérentes.

- Elle prend en charge la recherche d'informations, car elle définit un schéma de classification de contenu qui présente un étiquetage cohérent et renforce la précision du moteur de recherche.

Les architectures de l'information doivent répondre à des objectifs précis. Une conception adéquate de l'ontologie (emplacement des informations) et de la taxonomie (leur classification) augmente la probabilité que les utilisateurs trouvent ce qu'ils recherchent avec un nombre minimal de clics. Une architecture de l'information efficace est un outil qui permet aux utilisateurs de comprendre la solution et d'interagir avec celle-ci, et cette efficacité peut favoriser l'adoption rapide de la nouvelle technologie par les utilisateurs, sans que ceux-ci soient gagnés par un sentiment de frustration ou qu'ils manifestent de l'indifférence.

Votre architecture de l'information permet aux utilisateurs de rechercher des informations selon trois scénarios :

- Je sais que les informations existent et je sais où elles se trouvent.
- Je sais que les informations existent, mais j'ignore où elles se trouvent.
- Je ne sais pas si les informations existent.

Par conséquent, l'objectif de votre architecture de l'information est la facilité de la localisation, dont un autre facteur clé est la recherche.

Pour plus d'informations, voir [Fonctionnalités de gouvernance \(SharePoint Server 2010\)](#) et [Planification de la gouvernance dans SharePoint 2010 \(livre blanc\)](#).

Recherche

Internet modifie la façon dont les utilisateurs pensent trouver des informations. Ceux-ci espèrent pouvoir accéder à une zone de recherche, entrer un ou deux mots clés, puis atteindre directement les informations dont ils ont besoin. Par conséquent, leurs attentes sont élevées en termes de fonctionnalités de recherche de contenu d'entreprise. SharePoint dispose d'une plateforme formidable pour la recherche, comprenant notamment des fonctionnalités telles que la pertinence de l'interactivité et l'affinement piloté par les métadonnées, mais vous devez quand même veiller à ce que les requêtes de recherche courantes dans votre organisation soient mappées directement sur les sites et le contenu souhaités par les utilisateurs. Veillez à interroger les utilisateurs pour déterminer ce qu'ils *espèrent* voir lorsqu'ils entrent un mot clé de recherche. Il serait réducteur de partir du principe que les résultats de la recherche obtenus sont systématiquement « corrects » : l'optimisation de la pertinence de la recherche est un processus continu.



Figure 3 : SharePoint Search facilite la localisation de contenu grâce à des affineurs de métadonnées.

Il n'est pas véritablement possible de séparer la recherche de votre architecture de l'information. C'est la stratégie de métadonnées définie dans votre architecture de l'information qui permet à la recherche de fonctionner. De nos jours, de nombreux utilisateurs intranet sont frustrés de leur expérience de recherche de contenu d'entreprise. Les organisations qui investissent dans de nouveaux intranets se plaignent avant tout que « la recherche ne fonctionne pas ». En réalité, cette insatisfaction n'est pas liée à un dysfonctionnement de la recherche, mais au fait que l'architecture de l'information ne comprend aucune métadonnée permettant d'optimiser le fonctionnement de la recherche. SharePoint 2010 comprend un nouvel élément pour l'architecture de l'information qui permet d'implémenter celle-ci et d'améliorer les résultats de la recherche : le magasin de termes.

Pour plus d'informations sur SharePoint Search, voir le [Centre de recherche de contenu d'entreprise](#).

Magasin de termes

Une façon de s'assurer que le contenu est identifiable consiste à ce qu'il soit correctement *balisé*. Une façon de s'assurer que le balisage est correctement réalisé consiste à fournir aux utilisateurs un ensemble de termes partagé et cohérent à utiliser dans les balises. *Les ensembles de termes* sont des groupes de termes connexes. Dans SharePoint 2010, le *magasin de termes* permet de gérer les termes et les ensembles de termes de façon à ce que les utilisateurs puissent opérer un choix dans une liste de valeurs prédéfinie. Munis des autorisations appropriées, certains utilisateurs peuvent recourir à l'*outil de gestion du magasin de termes* pour effectuer les activités suivantes :

- Créer un ensemble de termes ou supprimer un ensemble de termes qui n'est plus nécessaire.
- Ajouter, modifier ou supprimer des termes.

- Hiérarchiser les termes, en identifiant dans la hiérarchie ceux qui peuvent être utilisés pour affecter des balises au contenu et ceux qui servent uniquement à regrouper d'autres termes. (En règle générale, seul le « niveau le plus bas » de la hiérarchie de termes est utilisé pour le balisage.)
- Définir des termes de substitution (synonymes autorisés). Si les utilisateurs recourent à différents termes pour le même contenu ou que vous introduisez un nouveau terme destiné à remplacer un ancien terme, les baliseurs peuvent utiliser leurs termes habituels pour la recherche d'une balise, mais c'est le terme faisant autorité qui est en réalité affecté au document.
- Importer des termes à partir d'une liste existante. Sauf si seuls quelques termes doivent être ajoutés à l'ensemble de termes, vous pouvez utiliser la fonctionnalité d'importation. Vous agissez sur chaque terme indépendamment dans l'outil de gestion du magasin de termes ; bien que cet outil soit pratique pour effectuer des mises à jour sur les termes existants, il se prête moins à l'ajout d'une collection de termes volumineuse.
- Convertir des mots clés gérés en termes gérés en les déplaçant dans un ensemble de termes. Cette fonctionnalité permet de faire évoluer les termes gérés dans le temps. Autrement dit, vous n'avez pas besoin de définir dès le départ tous vos termes gérés. Vous devez consacrer du temps à la planification de vos termes gérés initiaux, mais vous pouvez changer d'avis ultérieurement. Toutefois, une personne au sein de votre organisation devra avoir pour tâche d'observer la façon dont les mots clés sont utilisés dans le site.

Grâce à l'investissement dans le magasin de termes, les balises des utilisateurs sont cohérentes et l'expérience utilisateur globale est améliorée.



Figure 4 : les balises permettent de rechercher des informations au sein de l'entreprise.

Pour plus d'informations, voir [Planifier des métadonnées gérées \(SharePoint Server 2010\)](#).

Profils utilisateur

Lorsque vous concevez une solution pour faciliter la collaboration professionnelle et l'informatique sociale, il est important de réfléchir à une « identité sociale » qui représente chaque utilisateur au sein de l'organisation. Cette identité, qui réside dans SharePoint Server, est généralement une agrégation de données provenant de sources d'annuaire telles que les services de domaine Active Directory® (AD DS) et d'autres systèmes métiers.

Grâce à la définition d'une identité sociale, les utilisateurs de votre solution peuvent :

- obtenir des informations sur d'autres utilisateurs en fonction de leur réseau social, ce qui leur permet, par exemple, de savoir ce que sont en train de faire les personnes qu'ils connaissent ;
- formuler des commentaires de mise en réseau au moyen de notations, de commentaires et de balises ;
- rechercher un « expert », mécanisme qui permet aux utilisateurs de localiser une personne au sein de l'organisation en fonction d'attributs de profil ;
- fournir un organigramme précis indiquant la structure hiérarchique ;
- afficher des éléments tels que des informations sur les ressources humaines, en fonction du rôle d'organisation et d'entreprise de l'utilisateur au sein de la société ;
- afficher une image des utilisateurs dans Outlook via Social Connector.

Si vous envisagez d'utiliser des fonctionnalités d'informatique sociale, telles que les sites Web Mon site ou la recherche de personnes dans Microsoft SharePoint Server 2010, vous souhaitez probablement intégrer à SharePoint Server 2010 les informations de profil que vous avez stockées dans un service d'annuaire, tel que les services de domaine Active Directory (AD DS), ou dans un système métier tel que SAP ou Siebel. C'est justement ce que vous permet de faire la synchronisation de profil dans SharePoint Server 2010. Les profils utilisateur vous permettent de rechercher des personnes au sein de votre organisation et de vous connecter à celles-ci, en fonction d'informations publiées à leur sujet. SharePoint Server 2010 fournit une étendue de recherche pour la recherche de personnes. Attachez de l'importance à votre stratégie sociale, car celle-ci peut vous aider à gagner l'adhésion des utilisateurs. Voici certains éléments clés à prendre en compte lors du développement de la stratégie sociale :

- Comme pour toute autre nouvelle technologie, vous ne pouvez tirer parti de l'informatique sociale que si vous devez résoudre un problème métier. Veillez à ce que votre stratégie SharePoint comprenne des problèmes métiers pouvant être résolus grâce aux fonctionnalités d'informatique sociale.
- Les fonctionnalités d'informatique sociale peuvent à la fois être amusantes et favoriser efficacement la collaboration et le partage. N'ayez pas peur de progresser à pas mesurés lorsque vous déployez les fonctionnalités d'informatique sociale au sein de votre organisation. Identifiez les projets et les premiers adeptes, et prenez le temps de collecter les récits utilisateur qui constituent le dossier de décision et la proposition de valeur pour ces fonctionnalités.
- Ne laissez pas les risques perçus vous empêcher d'essayer ces fonctionnalités. Fournissez des règles de base, procédez à une planification attentive et gardez à l'esprit qu'il est réellement difficile de trouver de bons exemples de récits effrayants d'échecs d'informatique sociale au sein de l'entreprise. À la différence d'Internet, si un contenu inapproprié ou imprécis est publié, vous pouvez facilement le retirer. En outre, si vous veillez attentivement à ce que les utilisateurs disposent des compétences intellectuelles nécessaires pour différencier le contenu faisant autorité du contenu d'opinion, votre risque réel devrait être réduit au minimum.
- N'essayez pas de rechercher un retour massif et rapide sur l'investissement dans l'informatique sociale, mais privilégiez une progression vers vos objectifs métiers globaux, ce qui peut inclure une réduction du trafic lié au courrier électronique ou une amélioration du processus d'entreprise.

- Avant tout, soyez patient. Un changement organisationnel prend du temps. Élaborez un plan de communications s’inscrivant dans la durée et tolérez quelques erreurs (étant donné qu’il peut s’avérer difficile d’obtenir l’adoption de chaque fonctionnalité, vous pouvez être amené à essayer plusieurs approches différentes).



Figure 5 : les profils d’employés des sites Mon site permettent de connecter les personnes au sein de l’entreprise.

Consultez une vue d’ensemble du [service de profil utilisateur](#) SharePoint 2010.

Démarrer modestement, puis croître

Il est extrêmement facile pour un utilisateur potentiel de se perdre dans la multitude de fonctionnalités, d’applications et de possibilités de gestion de contenu, même dans celle qu’offre l’installation de SharePoint prête à l’emploi la plus basique. Pour qu’une stratégie d’adoption soit couronnée de succès, vous devez démarrer modestement, en ne proposant initialement qu’une ou deux fonctionnalités ou en déployant une solution plus complète auprès d’une audience réduite. À mesure que les utilisateurs se familiarisent avec le produit et que celui-ci gagne leur confiance, vous pouvez mettre en place de nouvelles fonctionnalités de façon incrémentielle ou étendre la solution auprès d’une audience élargie. Il peut être intéressant de scinder ces actions en différentes phases, chacune de celles-ci mettant en évidence une collection de fonctionnalités spécifiques dont peuvent tirer parti les utilisateurs. Par exemple, vous pouvez scinder le déploiement de SharePoint en trois phases, en fonction des groupes de travail concernés :

- Phase 1 : architecture des informations de base, personnalisation, Intranet, recherche
- Phase 2 : sites d’équipe, gestion de documents, informatique sociale
- Phase 3 : formulaires et flux de travail, aide à la décision, gestion des enregistrements

Formation

SharePoint 2010 peut être un produit très intuitif pour certains utilisateurs, mais cela ne sera certainement pas le cas pour tous les utilisateurs au sein de votre organisation. Bien que la souplesse de SharePoint puisse être un argument de vente précieux, entre les mains d'un concepteur inexpérimenté, votre site peut être beaucoup moins intuitif. Veillez à ne pas sous-estimer le volume de formation que devront suivre les utilisateurs, notamment les utilisateurs habilités à concevoir des sites, même si leurs sites ne sont utilisés que par un petit groupe de personnes. Toutefois, gardez à l'esprit le point suivant : si votre solution requiert une formation poussée pour l'utilisateur classique, vous avez probablement commis certaines erreurs conceptuelles fondamentales. En règle générale, votre objectif est de concevoir des solutions qui requièrent une formation minimale pour la majorité des cas d'utilisation.

Votre stratégie de formation doit englober tous les aspects de votre nouvelle solution : non seulement la technologie SharePoint 2010, mais également les processus d'entreprise sur lesquels SharePoint 2010 a une incidence. Étant donné que les utilisateurs qui sont très familiarisés avec MOSS 2007 seront particulièrement intéressés par une formation qui aborde les points qui ont changé dans SharePoint 2010, un composant critique de votre plan de formation devra inclure pour ces utilisateurs une formation spécifique aux fonctionnalités mises à niveau.

Cette section aborde les éléments clés suivants de votre plan de formation :

- Approche : exemples d'approches de formation réussies pouvant être envisagées pour votre plan de formation
- Calendrier : moment auquel la formation doit être dispensée
- Audience et contenu : personnes devant suivre la formation et contenu de formation à dispenser pour chaque audience

Approche

Développez un programme de formation pour SharePoint 2010 qui traite attentivement les besoins spécifiques de chaque communauté constitutive en fonction de son rôle au sein de l'organisation et de son rôle dans le contexte de la solution. Si vous implémentez des sites personnels (site Mon site), tous les utilisateurs disposeront des autorisations de collaboration (ou de modification) pour au moins cette zone du portail. Cela signifie que chaque utilisateur au sein de l'organisation doit connaître *quelque chose* au sujet des meilleures pratiques en termes d'agencement des informations. Toutefois, étant donné que tous les utilisateurs n'auront pas le même niveau d'intérêt, votre plan de formation doit être ajusté en conséquence. Même si vous *pensez* que chaque personne souhaite apprendre tout ce qui lui est possible d'assimiler au sujet de SharePoint, dans la pratique, cela n'est pas toujours le cas. Penchez-vous sur la façon dont vous pouvez structurer votre plan de formation afin d'offrir plusieurs « niveaux » de formation pour des utilisateurs présentant des centres d'intérêt et des disponibilités différents. Une approche réussie déjà adoptée par plusieurs organisations consiste à créer une formation « Notions fondamentales de SharePoint » qui initie tous les utilisateurs à la solution, leur montre des techniques de recherche efficaces et explique les bases de vos schémas d'organisation de contenu et de navigation dans les sites. Ce thème d'introduction doit pouvoir être abordé en un peu plus d'une heure au maximum. La formation Notions fondamentales peut ensuite être complétée avec du contenu de formation adapté à l'intérêt et au rôle des utilisateurs. Des formations supplémentaires peuvent comprendre des thèmes tels que « Nouveautés par rapport à SharePoint 2007 », « Meilleures pratiques pour concevoir un site d'équipe ou un portail », « Sécurité et autorisations », etc. Si des utilisateurs non techniques sont appelés à bénéficier d'un contrôle total ou de privilèges de conception sur un site SharePoint, il est important de leur dispenser une formation sur les meilleures pratiques en matière de conception de site, outre une formation à l'utilisation des fonctionnalités SharePoint. Ces

nouveaux « concepteurs de site » doivent être familiarisés avec les principes directeurs documentés dans votre plan de gouvernance et avec les concepts de base de l'architecture des informations.

Calendrier

Dans l'idéal, la formation pour SharePoint 2010 doit être programmée immédiatement avant le lancement de votre nouvelle solution et intervenir de façon continue afin que les utilisateurs puissent acquérir ou approfondir des connaissances. Certains utilisateurs, particulièrement ceux qui sont responsables du chargement du contenu initial, devront être formés (de façon formelle ou informelle) avant le début de la conversion du contenu. La majorité des utilisateurs, notamment ceux disposant d'un accès en lecture seule, doivent être formés juste avant le lancement de la solution ou au moment de celui-ci.

Bien sûr, l'un des défis majeurs pour la formation consiste simplement à déterminer les besoins des utilisateurs et à quel moment ces besoins se présentent. Il n'existe pas de réponse idéale à ce défi, car chaque solution est différente. Il est réellement difficile de déterminer ce qui est « juste suffisant » en termes de formation à SharePoint. Cela dépend du rôle de l'utilisateur, de la fréquence à laquelle ils utiliseront les connaissances et de nombreux autres facteurs, notamment leur style d'apprentissage. Si votre communauté d'utilisateurs comprend un nombre significatif d'ingénieurs ou de scientifiques, il est probable que, quelle que soit la quantité de connaissances que vous leur transmettez au sujet de SharePoint, ils essaieront de découvrir les autres fonctionnalités que ce dernier met à leur disposition ! Lorsque vous planifiez la formation, vous devez garder à l'esprit que vous devez susciter la curiosité naturelle de la communauté d'utilisateurs avant qu'ils appliquent une approche « incorrecte » ou inefficace par eux-mêmes. Nous avons constaté de trop nombreux cas dans lesquels des utilisateurs finaux dynamiques « découvrent » une fonctionnalité et la partagent avec leurs collègues alors qu'il existe une fonctionnalité beaucoup plus simple ou plus efficace pour le problème rencontré.

Une formation dirigée sur plusieurs jours peut être utile et appropriée pour certains de vos administrateurs et utilisateurs avec pouvoir, mais pour la majorité de vos utilisateurs, vous devrez envisager des événements de « mini-formation » fréquents qui permettent aux utilisateurs de consommer de la formation « juste-à-temps », en fonction de leurs besoins.

Voici certaines approches suggérées pour une formation à SharePoint « juste-à-temps » :

- Notions fondamentales de SharePoint : brève formation d'introduction en ligne ou en personne à proposer conjointement avec le lancement de votre nouvelle solution, puis à intervalles réguliers pour les nouveaux employés ou pour les personnes souhaitant une mise à jour.
- SharePoint en profondeur : formation thématique en ligne par des organismes de formation SharePoint ou formation « à la demande » par le biais de Microsoft Office Online. Ces leçons doivent être des vidéos de formation courtes et centrées sur un thème ou bien des formations en ligne pouvant être dispensées aux utilisateurs au moment où ils ont besoin des connaissances et pendant la réalisation de leur travail. Dans l'idéal, les utilisateurs doivent pouvoir suivre les modules de formation en 10 minutes au maximum et dans le cadre de la réalisation d'une tâche spécifique. Bien que vous puissiez certainement développer ces modules vous-même, pensez à vérifier les formations existantes, même si elles reflètent une solution SharePoint « générique ». Dans certains cas, vous pouvez collaborer avec le fournisseur de solution pour adapter les supports à votre situation.
- Documentation SharePoint : en ligne ou sous forme imprimée. Certains utilisateurs ne seront pas à l'aise sans une documentation écrite et pourraient mieux apprendre en lisant les informations. Pour parvenir à leurs fins, de nombreuses organisations créent une bibliothèque de documents ou un site destiné à accueillir la documentation utilisateur « générique » pour des tâches clés, telles que le téléchargement de documents et l'affectation de métadonnées à ceux-ci ou la modification des autorisations de sécurité,

qu'elles mettent à la disposition des équipes afin que celles-ci les utilisent en l'état ou qu'elles les personnalisent pour leurs sites. D'autres créent une documentation formelle uniquement pour les tâches ou les processus qui sont personnalisés dans leur déploiement. D'autres encore « créent » de la documentation pour leur environnement en établissant une liaison avec une documentation Microsoft existante sur les différentes fonctionnalités SharePoint. Lorsque vous vous penchez sur l'approche la plus efficace à adopter dans votre organisation, gardez à l'esprit que votre documentation n'est utile que si elle est consommable. Cela signifie que vous devez envisager des documents de taille réduite plutôt que des « manuels » de 20 pages que personne ne lira. En outre, gardez à l'esprit que la documentation n'a de valeur que si elle est fournie dans le contexte dans lequel l'utilisateur travaille. Par exemple, dans une page qui permet à un utilisateur d'envoyer un formulaire, fournissez un lien vers le document expliquant « comment envoyer » le formulaire.

- Événements de formation périodiques tels que des réunions régulières ou des sessions d'apprentissage sur le pouce : une organisation très efficace a mis en place un événement de formation hebdomadaire régulier sur la maîtrise de SharePoint. Chaque semaine, elle a conduit une réunion en ligne de 30 minutes consacrée à un thème SharePoint unique tel que la recherche, la création d'un site SharePoint personnel, l'affectation de métadonnées, etc. Les 15 premières minutes de la réunion étaient généralement dédiées à une présentation, tandis que la seconde période de 15 minutes était l'occasion pour les participants de poser des questions et de partager des expériences (au sujet du thème du jour ou d'un autre thème). Chaque réunion était enregistrée afin que les utilisateurs puissent revoir la vidéo à tout moment. La combinaison d'un apprentissage thématique en ligne en temps réel avec la possibilité de revoir la vidéo d'une formation s'est avérée extrêmement efficace tant pour la présentation des thèmes clés que pour un approfondissement dans l'un d'eux. Dans la mesure où les thèmes étaient annoncés dans le cadre du plan de communications, les utilisateurs pouvaient planifier leur participation en fonction de leurs centres d'intérêt et de leur charge de travail.
- Sessions de conseil dédiées à Office : un certain nombre de sociétés mettent à la disposition des utilisateurs des centres d'assistance et de prise en charge qui leur permettent de soumettre à leurs experts SharePoint internes leurs sujets de préoccupation relatifs à la conception ou à l'utilisation de SharePoint. Ce dispositif permet de dispenser de façon efficace une formation privée de personne à personne en complément des autres formations « juste-à-temps ».

Bien que votre communauté d'utilisateurs avec pouvoir et votre équipe du centre d'excellence SharePoint ne soient pas toujours considérées comme faisant partie d'une formation, elles constituent une autre ressource clé pour la formation « juste-à-temps ». Une façon efficace de dispenser une formation exactement au moment où un utilisateur en a besoin consiste à mettre à la disposition de celui-ci une personne « réelle » pour les questions rapides. La création d'un forum de discussion destiné à recueillir les questions adressées aux experts, l'établissement d'un wiki sur les meilleures pratiques doté d'un référentiel de conseils et d'astuces et dont le contenu peut faire l'objet d'une recherche, la publication d'une liste d'experts spécialisés dans un sujet SharePoint au sein de votre propre organisation et l'ajout de liens vers une formation SharePoint dans vos modèles de sites par défaut peuvent également faciliter la prise en charge de votre programme de formation. Gardez à l'esprit les points clés suivants au sujet de votre plan de formation :

- Il n'y a pas de solution toute faite. La formation doit être ciblée sur le rôle de l'utilisateur final dans l'organisation et sur le rôle ou la responsabilité en ce qui concerne la solution.
- Vous devez vous adapter au style d'apprentissage de l'apprenant. Les formateurs savent que le style d'apprentissage varie d'une personne à l'autre. Cela est particulièrement vrai pour les adultes occupés. Vos initiatives de formation donneront leurs meilleurs résultats si vous proposez différents modes de

formation : en classe, en ligne, « juste-à-temps » via une formation assistée par ordinateur ou des vidéos en ligne courtes, « fiches » de référence rapide, etc.

Audience et contenu

Bien que vous deviez absolument développer un plan de formation propre aux besoins de votre organisation, vous n'aurez pas systématiquement besoin de concevoir un support de formation. Il existe de nombreuses offres de formation SharePoint commerciales, ainsi que de la documentation et des formations en ligne sur Microsoft.com (voir certains exemples à la fin de cette section). La formation doit tenir compte de la façon dont chaque communauté constitutive utilisera SharePoint 2010 dans le cadre de son travail. Pour optimiser l'efficacité de votre plan de formation, vous pouvez envisager de former quelques employés issus de chaque département, division ou bureau afin qu'ils forment à leur tour leurs collègues. Vous pouvez également identifier certains candidats initiaux susceptibles de devenir des « utilisateurs avec pouvoir » de SharePoint 2010 et envisager de dispenser une formation supplémentaire et approfondie à ces personnes. Dans l'idéal, les « utilisateurs avec pouvoir » doivent être répartis sur l'ensemble de l'organisation afin qu'ils puissent fournir un premier niveau d'assistance et de formation en continu aux membres de leur département, division ou bureau local.

Chaque organisation possède des rôles d'entreprise uniques susceptibles de nécessiter une formation SharePoint 2010 spécialisée. Ne vous faites pas d'illusions : certains types d'utilisateurs nécessiteront absolument la mise en place d'approches pédagogiques personnalisées. Par exemple, dans un cabinet d'avocats, vous ne devez pas envisager de dispenser la même formation aux associés et aux adjoints juridiques. Dans un hôpital, les cliniciens et les administrateurs auront probablement des besoins de formation et des styles d'apprentissage différents.

En général, il existe trois types de rôles d'utilisateur pour une solution SharePoint 2010 : visiteurs (lecteurs), membres (collaborateurs) et propriétaires (concepteurs). Ces rôles sont généralement décrits à l'aide de la terminologie SharePoint 2010 en ce qui concerne les autorisations dont disposent les utilisateurs sur une page ou un site spécifique.

- Les **visiteurs** disposent d'une autorisation « lecture seule » sur la page ou le site spécifique, au moins pour le contenu « faisant autorité ». Lorsque vous dispensez une formation concernant SharePoint 2010, vous devez relever un défi particulier, à savoir que certains types de contenu (par exemple, des liens de mise en réseau ou des notations) peuvent être ajoutés par tout utilisateur à une page ou à un site, même si cet utilisateur ne dispose que d'autorisations de lecture sur le contenu principal. Ces utilisateurs auront besoin d'une formation afin de savoir à quel moment et comment ajouter du contenu social et, plus important encore, d'une formation portant sur les stratégies de gouvernance organisationnelle appliquées à ce type d'informations.
- Les **membres** possèdent généralement les autorisations de lecture et de collaboration. Ces utilisateurs devront suivre la même formation que les visiteurs, mais également comprendre comment ajouter du contenu et affecter des métadonnées au contenu auquel ils collaborent, ainsi qu'assimiler les stratégies de gouvernance appliquées à la collaboration au contenu.
- Les **propriétaires** possèdent généralement l'autorisation de conception, ce qui signifie qu'ils sont habilités à modifier la structure, les listes, les bibliothèques et les métadonnées de contenu pour le site, en plus d'ajouter du contenu. Ces utilisateurs doivent suivre un ensemble complet de formations pratiques sur SharePoint 2010, ainsi qu'assimiler pleinement la totalité de vos stratégies et principes de gouvernance. En outre, tout utilisateur doté de privilèges de conception doit assimiler certaines meilleures pratiques de base sur l'architecture de l'information et l'utilisation des sites Web.

Le tableau suivant récapitule les besoins de formation de base pour chaque rôle SharePoint 2010 général.

Récapitulatif des besoins de formation générale suggérés pour les rôles SharePoint prédéfinis

Concept de formation	Visiteurs	Membres	Propriétaires (concepteurs de site)
Structure globale de votre solution du point de vue de la navigation et du contenu	✓	✓	✓
Concepts de base de votre plan de gouvernance (par exemple, principes directeurs de l'utilisation ou responsabilités de la précision du contenu)	✓	✓	✓
Concepts de sécurité de base (niveaux d'autorisation)	✓	✓	✓
Procédure à suivre pour définir des paramètres personnels (paramètres régionaux, etc.)	✓	✓	✓
Concepts de navigation (onglets, fils d'Ariane, liens, bouton Précédent)	✓	✓	✓
Vue d'ensemble des composants WebPart courants dans votre solution (selon le cas) : Calendrier, Bibliothèque de documents, Tâches, etc. Veillez à examiner ce que chaque composant WebPart effectue, mais également la façon dont vous utilisez le composant WebPart et l'avantage métier qu'il procure.	✓	✓	✓
Personnalisation des affichages et configuration des alertes	✓	✓	✓
Meilleures pratiques générales pour la recherche, ainsi que fonctionnalités de recherche clés (telles que les meilleurs résultats) et exploitation des filtres de métadonnées dans les bibliothèques de documents. Veillez à ce que les utilisateurs comprennent les meilleures pratiques pour la recherche de contenu dans les cas suivants : <ul style="list-style-type: none"> • Je sais que les informations existent et je sais où elles se trouvent. • Je sais que les informations existent, mais j'ignore où elles se trouvent. • Je ne sais pas si les informations existent. 	✓	✓	✓
Présentation des meilleures pratiques pour l'informatique sociale	✓	✓	✓

Concept de formation	Visiteurs	Membres	Propriétaires (concepteurs de site)
Téléchargement de documents et application de métadonnées (comprend les meilleures pratiques pour l'affectation de nom aux fichiers)		✓	✓
Mise à jour et suppression de documents (incidences de la suppression de documents, meilleures pratiques en matière de « modification sur place », moment propice à la création d'un « ensemble de documents », etc.)		✓	✓
Meilleures pratiques pour la création de contenu Web : le guide de style de votre organisation (qui existe déjà éventuellement pour votre intranet ou site Web)		✓	✓
Détails de votre plan de gouvernance, notamment la mise en évidence des principes conceptuels, des stratégies et des infrastructures de conception standard			✓
Meilleures pratiques en matière d'architecture de l'information (niveau à partir du quel la quantité de métadonnées est suffisante, situations propices à l'utilisation de dossiers, meilleures pratiques pour la mise en page, meilleures pratiques pour la création de «nœuds» dans votre hiérarchie de navigation, etc.)			✓
Formation pratique complète sur SharePoint 2010 (fonctionnalités et fonctions)			✓ Remarque : tous les concepteurs de site ne sont pas nécessairement habilités à structurer en totalité un nouveau site SharePoint. Il est probable qu'il ne soit pas indispensable de dispenser une formation détaillée sur les fonctionnalités pour chaque concepteur de site.

Le tableau suivant répertorie des thèmes de formation avancée supplémentaires destinés aux rôles de solution spéciaux et autres utilisateurs en fonction des centres d'intérêt et des besoins de l'entreprise.

Récapitulatif des thèmes de formation spéciale/avancée suggérés pour les rôles SharePoint spéciaux

Concept de formation	Utilisateurs avec pouvoir	Personnes chargées du contenu
Meilleures pratiques en matière d'architecture de l'information, notamment du point de vue des métadonnées de document et de contenu		✓
Formation pratique complète sur SharePoint 2010 (fonctionnalités et fonctions) : vous pouvez envisager une formation formelle en personne pour les concepteurs de site et éventuellement proposer une formation pour les utilisateurs avec pouvoir basée sur le Web.	✓ (Suivant les centres d'intérêt et les activités.)	

Vous pouvez également envisager d'autres rôles qui pourraient être nécessaires dans votre organisation, tels que les analystes (décisionnel, création de rapports), les opérateurs de processus (flux de travail, formulaires) et les responsables de communauté (social). Veillez à envisager tous les rôles possibles et à dispenser la formation correspondante appropriée.

Un autre rôle clé que vous devez envisager dans votre plan de formation est votre support technique. Vous devrez mettre en adéquation le savoir-faire et les compétences du personnel de votre support technique avec les attentes de vos utilisateurs finaux par rapport au contrat de niveau de service lorsque vous évaluez le niveau de formation à dispenser au personnel du support technique. S'il est appelé à répondre à des questions de type « Comment dois-je faire pour... », il doit recevoir la même formation que les concepteurs de site. S'il est essentiellement appelé à répondre à des questions relatives à l'accès et à communiquer les questions plus spécifiques à SharePoint à une équipe d'experts spécialisée dans une solution, cela n'est pas forcément nécessaire. Toutefois, comme pour toute nouvelle solution, vous devez vous assurer que votre support technique est préparé à fournir un support dès que vous lancez votre solution. Veillez à envisager la formation à dispenser au personnel du support technique suffisamment à l'avance, pas après coup.

Autres ressources sur la formation :

- [Aide et procédures SharePoint 2010 sur Office.com \(éventuellement en anglais\)](#)
- [Apprentissage de solutions pour SharePoint à partir de Point8020 \(éventuellement en anglais\)](#)
- [Formations Mindsharp \(éventuellement en anglais\)](#)
- [Services de formation SharePoint d'Aivea \(éventuellement en anglais\)](#)
- [Critical Path Training \(éventuellement en anglais\)](#)
- Et beaucoup d'autres encore !

Communications

Ne pensez pas que votre nouvelle solution SharePoint 2010 va se lancer toute seule : un plan de communications est indispensable pour qu'elle soit couronnée de succès. Une erreur que commettent de nombreuses organisations consiste à reporter la planification des communications à la fin de leur plan de projet et à oublier d'impliquer l'équipe de marketing et de communications interne suffisamment tôt dans le projet pour que sa participation ait un impact. L'autre grave erreur commise par les organisations consiste à penser que la

planification des communications prend fin une fois que la solution est lancée. Une bonne stratégie de communications doit s'inscrire dans la durée ; tant que votre solution n'est pas incorporée au tissu de votre organisation, vous devez utiliser chaque occasion qui se présente pour accroître la sensibilisation aux fonctionnalités et aux avantages de la solution. Tout le monde au sein de votre organisation écoute la même station de radio : WIFM (What's In It For Me, *Qu'est ce que j'en tire*). Votre plan de communications inscrit dans la durée doit valoriser en permanence votre solution auprès de chaque audience constitutive, afin que chaque personne comprenne dans quelle mesure votre solution SharePoint facilite son travail.

La stratégie de communications doit exposer et valoriser la nouvelle solution SharePoint 2010. Votre plan de communications comprendra probablement certaines activités de sensibilisation qui commenceront pendant la phase de conception, mais la majorité des activités débiteront juste avant que vous ne soyez prêt à lancer la solution et se poursuivront après le lancement. Les activités de communications doivent également prendre une part active au maintien de l'acceptation des utilisateurs tout au long de la durée de vie de la solution et, par conséquent, votre plan doit inclure non seulement des communications lors du lancement de la solution, mais également des activités continues qui permettent aux outils de portail et de collaboration d'occuper une place prépondérante dans l'esprit de l'utilisateur tout au long de leur durée de vie. Lorsque vous commencez à vous pencher sur la planification des communications, veillez à effectuer les tâches suivantes :

✓ **Collaborez avec votre équipe de communications**

Tirez parti des compétences existantes et appuyez-vous sur des experts pour développer votre plan de communications. Collaborez avec vos équipes de communications ou de marketing internes pour développer des messages et des supports de communications. Prenez en considération les activités et les messages qui ont fonctionné par le passé et élaborer de façon créative de nouvelles façons d'intéresser les utilisateurs et les collaborateurs à la solution.

✓ **Utilisez les canaux de communications existants**

Profitez des bulletins d'information existants et des réunions informelles ou spécifiques à une division pour communiquer des messages clés sur la solution, les outils de collaboration et autres initiatives de productivité. Vous pouvez également effectuer une démonstration de la solution en situation réelle.

✓ **Obtenez le soutien de l'encadrement**

Rédigez un mémorandum à l'attention du PDG ou d'un cadre de niveau similaire, qu'il devra communiquer lorsque vous serez prêt à lancer la solution. Encouragez les cadres influents à parler de la solution et, mieux encore, utilisez la solution pour communiquer des informations au lieu de recourir à la messagerie électronique. Par exemple, pour parvenir à ses fins, une organisation trouva en son sein un cadre qui décida de ne pas répondre aux messages électroniques comportant des pièces jointes qui auraient dû être ajoutées sous la forme de liens vers des documents publiés sur le portail. Lorsqu'il recevait un message électronique comportant une pièce jointe, il répondait poliment à l'expéditeur qu'il lirait le message électronique lorsque la pièce jointe serait référencée en tant que lien vers un document publié sur le portail. Cela permit d'imposer rapidement les principes directeurs « une copie par document » et « plus aucune pièce jointe au courrier électronique ». Le soutien actif de cadres clés de l'entreprise peut s'avérer efficace pour dissiper la réticence initiale des utilisateurs à essayer la nouvelle solution.

✓ **Adaptez les messages à chaque audience cible**

Par exemple, vous pouvez vanter les fonctionnalités d'accès mobile et les avantages de la synchronisation hors connexion auprès du personnel de terrain et les fonctionnalités d'intégration au système principal auprès du personnel du siège de l'entreprise. Un même utilisateur tirera différents avantages de la solution à différents moments, et le plan de communications doit traiter ces différents scénarios. Un avocat au sein d'un cabinet d'avocats jouera le rôle « d'employé » lorsqu'il utilisera le portail de la société pour mettre à jour le bénéficiaire de son plan d'épargne retraite. Toutefois, le même avocat se servira du même portail en tant que partenaire commercial pour rechercher les documents de facturation du dernier mois pour ses clients actuels. Veillez à ce que le support de communications et le message soient ciblés sur votre audience et sur les rôles que ses membres jouent au sein de l'organisation. Dans l'exemple de l'avocat, cela peut signifier la conception d'un message de communications destiné à tous les employés rappelant aux utilisateurs que le portail de la société peut être utilisé en guise d'outil de gestion de RH en libre service. En outre, cela peut signifier la conception d'un message distinct, uniquement ciblé sur les avocats, qui indique qu'un avocat, alors qu'il était en communication téléphonique avec un client demandant un travail supplémentaire, a pu rapidement constater par le biais du portail que ce client accusait un retard de paiement de 60 jours, information qui permet de récupérer immédiatement le montant en souffrance. Collaborez avec des personnes clés au sein de chaque groupe métier afin que vos messages et les canaux de communication soient adaptés à leurs emplacements et rôles.

✓ **Suscitez l'intérêt des utilisateurs et amenez-les à interagir avec la solution**

Imaginez une activité ludique, telle qu'une chasse au trésor intranet, afin de susciter l'intérêt des utilisateurs pour la nouvelle solution. Par exemple, une organisation a créé sur son portail une chasse au trésor qui soumettait aux participants une liste de 10 questions auxquelles ils pouvaient trouver les réponses en explorant le contenu au sein de l'environnement de la solution. Une question demandait aux utilisateurs de trouver l'auteur d'un document spécifique publié sur le portail. Une autre leur demandait de trouver ce qui serait proposé pour le déjeuner à la cafétéria à une date donnée deux semaines après. Une troisième question leur demandait d'identifier la personne à appeler pour les questions relatives aux prestations médicales. Les utilisateurs qui donnèrent les 10 bonnes réponses participèrent à un tirage au sort pour un dîner pour deux personnes dans un restaurant local. Cette initiative permit non seulement de promouvoir le nouvel intranet, mais également de sensibiliser de nouveaux utilisateurs à certaines activités de recherche d'information efficaces dans le cadre desquelles la solution pouvait donner des résultats rapides et précis.

✓ **Optez pour le tout-numérique !**

Éliminez toute distribution sur papier ou par courrier électronique des rapports réguliers, des communications ciblées, etc., si ceux-ci sont disponibles sur le portail. Par exemple, vous pouvez envisager d'éliminer les bulletins d'information sur papier si vous pouvez utiliser le portail pour créer des articles d'information ciblés, ou publier simplement le bulletin d'information existant sur le portail et permettre aux utilisateurs de ne l'imprimer que s'ils désirent une copie papier. (Cela facilitera l'adoption de votre solution par les utilisateurs et s'inscrira dans les initiatives de votre organisation en faveur du développement durable !)

✓ **Fournissez une application à fort impact**

Suscitez l'enthousiasme et l'excitation en incluant du contenu et des fonctionnalités à forte valeur ajoutée dans la première version. Il est particulièrement important d'identifier correctement une application à fort impact et du contenu critique pour la première version de SharePoint 2010. Il s'agira d'un composant clé de votre plan si vous effectuez une migration depuis MOSS 2007, car les utilisateurs voudront comprendre l'avantage qu'ils peuvent tirer de cette mise à niveau. Veillez à implémenter au moins un type de contenu ou d'application que les utilisateurs souhaitent réellement, mais dont ils ne pouvaient pas disposer auparavant. C'est cet effet de surprise qui favorisera l'adoption de votre solution par les utilisateurs. Par exemple, votre portail peut comprendre un tableau de bord qui intègre des informations à partir de différentes applications et qui fournit une vue complète d'un client ou d'un compte. Votre portail peut également inclure une collection de liens vers toutes les ressources dont un nouvel employé a besoin pour trouver rapidement ses marques au sein de votre organisation. Identifiez du contenu ou des applications précieux auxquels les utilisateurs ne puissent accéder que sur le portail afin de les encourager à utiliser celui-ci. Concevez des communications spécifiques pour promouvoir l'utilisation de ce contenu.

✓ **Sollicitez les commentaires**

Gérez les attentes des utilisateurs quant aux fonctionnalités présentes ou absentes dans SharePoint 2010, en insistant sur le fait qu'il s'agit d'une plateforme évolutive. Les supports de communications doivent souligner et réitérer ce point. Les communications doivent insister sur les objectifs de cette première version et demander aux utilisateurs de donner leur point de vue sur les métadonnées (sont-elles efficaces ?), sur leur satisfaction (sont-ils satisfaits de leur expérience en tant qu'utilisateur final et peuvent-ils trouver ce qu'ils recherchent ?) et sur la formation (est-elle suffisante ?). Veillez à inclure un contact dans chaque page afin que les utilisateurs sachent qui est responsable du contenu.

✓ **Effectuez des communications continues**

Gardez à l'esprit que les communications constituent une activité continue : vous devez attacher de l'importance à la messagerie au-delà du lancement initial de la solution, mais également une fois que celle-ci est opérationnelle. Il sera difficile pour vos utilisateurs d'assimiler et d'apprécier toutes les fonctionnalités de SharePoint 2010 dans un seul bulletin d'information ou au cours d'une seule formation. Un effort de communications continu donne régulièrement l'occasion de promouvoir les fonctions et fonctionnalités de SharePoint 2010, ainsi que votre propre implémentation.

Un plan de communications adéquat identifie la méthode, le message et l'audience pour chaque élément. Un plan adéquat comprend également des activités pour plusieurs phases de développement d'une solution, notamment des messages que vous pouvez communiquer pendant la conception, le pilotage, le lancement et la période postérieure au lancement. Appuyez-vous sur les tableaux ci-après pour développer votre propre plan de communications. Vous pouvez envisager certaines des activités suggérées, ainsi que d'autres spécifiques à votre organisation. Notez que chaque activité suggérée ici a été correctement déployée dans au moins une organisation. Vous devrez déterminer si ces activités peuvent fonctionner dans votre organisation, mais essayez de ne pas vous limiter à ce qui a été réalisé dans le passé. Prenez en considération la culture de votre propre organisation lors de l'évaluation des différentes options.

Activités de communications pour les nouvelles solutions SharePoint

Article dans un bulletin d'information

Description	<ul style="list-style-type: none"> Article bref (sans engagement majeur vis à vis du calendrier) qui aborde les plans pour la nouvelle solution
Audience	<ul style="list-style-type: none"> Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> Reconnaissance de la participation des parties prenantes aux interviews initiales Avantages clés de la solution Statut du projet Plan de déploiement initial : où en sont les pilotes, etc. Attentes vis-à-vis des nouveaux processus Pour plus d'informations, contacter ...
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisation au projet Attentes gérées relativement au déploiement dans l'entreprise et à l'impact sur les différents utilisateurs
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> Pendant la conception

Présentation lors d'une ou de plusieurs réunion(s) avec l'équipe de direction

Description	<ul style="list-style-type: none"> Brèves présentation et démonstration de la nouvelle solution
Audience	<ul style="list-style-type: none"> Direction de l'organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> La solution apportera une réelle valeur métier aux départements. La recherche fonctionne. La navigation ajoute de la valeur. Exemples de valeur métier démontrée dans des expériences pilotes préalables
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Susciter la sensibilisation et l'engagement Susciter l'envie d'utiliser la solution Obtenir l'engagement à soutenir le lancement de la solution
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> Vraisemblablement vers la fin de la phase pilote

« Chasse au trésor »(ou activité similaire)

Description	<ul style="list-style-type: none"> • Activité ludique et engageante incitant les utilisateurs à essayer le portail. Possibilité de décerner un ou plusieurs prix à la fin
Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Toute l'organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> • La solution est à portée de main. • La solution est utile. • La solution peut vous aider à être plus efficace dans votre travail.
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation accrue, enthousiasme • 50 % de participation (exemple uniquement)
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Au lancement

Offrez un papier peint de bureau présentant une image de la nouvelle solution

Description	<ul style="list-style-type: none"> • Image de papier peint à offrir aux utilisateurs afin qu'ils l'installent sur leurs bureaux
Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation au portail
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation accrue • Utilisation accrue
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Envoyer un lien aux utilisateurs (aussi souvent que nécessaire)

Cadeaux. Par exemple : aide-mémoire laminé, aimantin, blocs de Post-it, barre de chocolat portant l'empreinte du logo de la solution ou enveloppée de celui-ci (une attention personnelle, même si son existence n'est que provisoire)

Description	<ul style="list-style-type: none"> • Objet matériel destiné à inciter les utilisateurs à essayer la solution
Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> • La solution est à portée de main. • La solution est utile. • La solution peut vous aider à être plus efficace dans votre travail.
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation accrue
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Au lancement

Affiches dans les salles de pause

Description	<ul style="list-style-type: none"> Affiche ou prospectus dans les salles de pause mettant en valeur le portail et les scénarios d'utilisation
Audience	<ul style="list-style-type: none"> Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> La solution est à portée de main. La solution est utile. La solution peut vous aider à être plus efficace dans votre travail.
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisation accrue
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> Au lancement

Enquête (utilisez le composant WebPart SharePoint Enquête)

Description	<ul style="list-style-type: none"> Enquête en ligne pour rassembler des commentaires sur l'utilisation et la valeur de la solution
Audience	<ul style="list-style-type: none"> Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> La direction souhaite connaître l'opinion des utilisateurs
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Commentaires utiles Adhésion accrue des utilisateurs
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> 30 à 60 jours après le lancement

Message électronique à destination de toutes les personnes chargées du contenu et de tous les propriétaires de site

Description	<ul style="list-style-type: none"> Mémo destiné aux personnes chargées du contenu afin de souligner l'importance de suivre les meilleures pratiques et de maintenir le contenu à jour et pertinent
Audience	<ul style="list-style-type: none"> Personnes chargées du contenu
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> Vérifiez vos sites régulièrement, examinez le contenu proprement dit et les affectations de métadonnées.
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la gestion du contenu Amélioration des résultats de la recherche
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> Fréquence mensuelle

Démonstration lors de réunions générales

Description	<ul style="list-style-type: none"> • Brèves démonstration et présentation de la solution lors de réunions physiques pendant les premiers mois suivant le lancement
Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> • La solution est disponible ! Possibilité de valoriser votre organisation • Démonstration de fonctionnalités clés (amélioration de la recherche, etc.)
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation et engagement à utiliser la solution
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Lorsque l'occasion se présente

Promotion intranet au sein de la solution

Description	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir le portail au sein du portail par l'intermédiaire de la page d'accueil
Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter le nouveau contenu clé
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation accrue • Apprentissage juste-à-temps
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Lorsque l'occasion se présente

Message électronique de type « Apprenez », « Appliquez » ou « Rejoignez » à destination des personnes chargées du site et des concepteurs de site

Description	<ul style="list-style-type: none"> • Message destiné à encourager les responsables et les concepteurs à suivre une formation et à rejoindre la communauté des utilisateurs avec pouvoir
Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Personnes chargées du site et concepteurs de site
Messages clés	<ul style="list-style-type: none"> • Apprenez (suivez une formation !) • Appliquez (des meilleures pratiques et des normes) • Rejoignez (la communauté des utilisateurs avec pouvoir)
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Davantage de connaissances diffusées au sein de l'organisation • Amélioration de la « facilité de localisation » et des résultats de la recherche
Calendrier	<ul style="list-style-type: none"> • Au lancement initial, puis ensuite régulièrement dans le cadre de communications continues

Migration du contenu

Lorsque vous délaissez un ancien système doté de ses propres fonctions et opérations au profit d'un nouveau système possédant de nouvelles fonctions et opérations, il est primordial de préserver les données. Souvent, le plan de migration des données existantes vers le nouveau système SharePoint comprend des pratiques telles que le déplacement en bloc d'un partage de fichiers dans SharePoint. Toutefois, en raison de divers problèmes, liés entre autres à la compatibilité, cette approche peut s'avérer une très mauvaise idée. Une simple migration en masse des données vers une nouvelle application SharePoint ne constitue pas une meilleure pratique. Il est recommandé de nettoyer les données existantes avant de les migrer. Pour ce faire, il est souvent préférable de s'appuyer sur les utilisateurs qui ont tout intérêt à utiliser la nouvelle application SharePoint. Un utilisateur qui ne comprend pas le degré d'efficacité de SharePoint sera naturellement réticent à consacrer du temps au nettoyage et à la migration des données. En règle générale, vous souhaitez choisir l'une des options suivantes :

- **Nettoyer et migrer toutes les données**
Une option pour la migration des données consiste à migrer toutes les données existantes depuis l'ancien système vers SharePoint. Toutes les données existantes seront alors facilement accessibles dans le nouveau système. Toutefois, ce processus peut être long et nécessiter que l'on y consacre beaucoup de temps. Le point clé ici est que les données sont nettoyées avant d'être déplacées vers SharePoint.
- **Ne rien migrer : indexer l'ancien contenu et dédier le nouveau système au nouveau contenu**
Une deuxième option consiste à laisser les anciennes données dans l'ancien système (par exemple, sur le partage de fichiers existant) et à repartir de zéro en ne plaçant que du nouveau contenu dans le nouveau système SharePoint. Il s'agit d'une approche courante, dans la mesure où l'ancien contenu demeure accessible.
- **Nettoyer les données et ne migrer que le contenu récent**
La troisième approche de la migration des données s'apparente à une approche hybride : migrer uniquement les trois derniers mois de données, par exemple. Cela permet aux utilisateurs de tirer parti des fonctionnalités du nouveau système (telles que la recherche, le balisage et les commentaires de mise en réseau) sur les données existantes.

En résumé, l'élément clé de toutes les stratégies de migration est qu'il faut nettoyer les données avant de démarrer le processus de migration. Il existe également une quatrième option, choisie dans de nombreuses organisations, qui consiste à combiner les options ci-dessus. En d'autres termes, très souvent, différentes stratégies de migration sont appropriées pour différents types et propriétaires de contenu. Comme pour la formation, il n'existe pas de solution toute faite en termes de stratégie de migration de contenu. Il est important de réfléchir à la migration de contenu et d'inclure la stratégie la plus appropriée dans votre plan d'adoption.

Assistance aux utilisateurs

Vous devez envisager une série d'activités d'assistance aux utilisateurs lors de la planification de votre stratégie d'assistance. Certaines de ces activités sont les suivantes :

- contact pour chaque page de portail ;
- communauté de pratique pour les propriétaires de site et les utilisateurs avec pouvoir ;
- support technique ;
- aide-mémoire pour l'utilisateur final ;
- conseil du jour ;
- aide personnalisée ;
- autoriser les commentaires des utilisateurs finaux.

Contact de page

Il est avisé de s'assurer qu'une personne à contacter est clairement identifiée pour chaque page et site et que les utilisateurs peuvent facilement déterminer de qui il s'agit. Vous pouvez utiliser le composant WebPart Détails du contact prédéfini pour afficher le nom du contact pour la page ou pour le site. Le contact de page doit être la personne qui peut fournir de l'aide aux utilisateurs sur le contenu de la page. Vous pouvez également présenter un propriétaire métier ou « parrain » de page ou de site pour chaque page ou site. Tandis que le contact principal est effectivement la personne chargée du contenu jour après jour, le propriétaire métier est le cadre responsable de la page ou du site au final.

Communauté de pratique

Envisagez de réunir les propriétaires de site chaque semaine pendant les premières semaines après le lancement de SharePoint afin qu'ils puissent formuler des commentaires et s'aider les uns les autres. Mieux encore, créez un site d'équipe collaboratif destiné à héberger une communauté de pratique permettant à tous les propriétaires de site et utilisateurs avec pouvoir de partager et d'échanger des idées de façon continue. Même si de nombreuses pages sont indépendantes, une bonne idée d'un utilisateur ou d'un groupe peut s'avérer pertinente pour un autre utilisateur ou groupe. En outre, toutes les modifications majeures apportées à la taxonomie ou à la mise en page peuvent être examinées et débattues par l'ensemble du groupe avant d'être soumises au conseil de gouvernance ou au comité directeur du portail pour approbation finale. S'il existe un [groupe d'utilisateurs SharePoint \(éventuellement en anglais\)](#) local dans votre zone, vous pouvez également encourager les utilisateurs avec pouvoir à le rejoindre.

Support technique

Veillez à ce que votre service d'assistance informatique soit préparé à fournir de l'aide pour SharePoint. Le personnel du support technique peut se voir affecter pour les sites SharePoint des autorisations spéciales qui englobent les rôles prédéfinis Visiteur, Membre et Propriétaire. Les membres du support technique ont des besoins spécifiques. Ils vont probablement fournir le premier niveau de support pour les utilisateurs SharePoint, mais ils peuvent également être les moins familiarisés avec le contenu SharePoint proprement dit, car leur rôle au sein de l'organisation est centré sur les systèmes. Si les membres du support technique sont censés assister les propriétaires de site, ils doivent recevoir le même type de formation à la conception sous SharePoint que les propriétaires de site, afin qu'ils puissent assister les utilisateurs dotés de privilèges de conception. En outre, ils doivent recevoir une formation personnalisée sur votre propre implémentation de SharePoint afin de connaître parfaitement l'expérience des utilisateurs finaux dotés des autorisations de visiteur et de membre. Les membres du support technique doivent assimiler l'organisation de la collection de sites et recevoir la liste des demandes et problèmes couramment soumis par les utilisateurs finaux. Vous pouvez à juste titre demander à l'équipe de développement d'épauler le support technique sur site pendant les deux premières semaines après le lancement initial de SharePoint, voire également de fournir une assistance continue de niveau 3.

Fournir un aide-mémoire

Placez un aide-mémoire pour l'utilisateur de SharePoint dans un site SharePoint. Un guide de référence simple et pratique permet aux utilisateurs de se familiariser avec SharePoint et, par conséquent, d'utiliser le système avec confiance. Il existe, à ce titre, de nombreuses sources : la section « SharePoint End User Tasks » de l'annexe de l'ouvrage *Essential SharePoint 2010*² constitue un excellent point de départ.

² Jamison, Scott, Hanley, Susan, et Cardarelli, Mauro, *Essential SharePoint 2010: Overview, Governance, and Planning* (Addison-Wesley, 2010).

Conseil du jour SharePoint

Une façon efficace de rappeler aux utilisateurs l'existence de certaines fonctionnalités et de leur en présenter de nouvelles consiste à instaurer un nouveau « conseil du jour » sur votre site. Vous pouvez vous appuyer sur le contenu de l'aide-mémoire ou sur la base de données d'un Forum Aux Questions. Un conseil du jour permet de diffuser efficacement des connaissances sur SharePoint sans que les utilisateurs soient submergés d'informations.

Configurer/personnaliser l'aide de SharePoint

La documentation de l'aide de SharePoint intégrée est de qualité, mais relativement peu d'utilisateurs sont conscients de sa présence. Veillez à ce que les utilisateurs aient connaissance de cette option d'aide ou, mieux encore, personnalisez l'aide en fonction de votre société. Si les utilisateurs peuvent voir les captures d'écran et l'aide spécifiques à votre organisation, il leur sera plus facile d'utiliser le système d'aide.

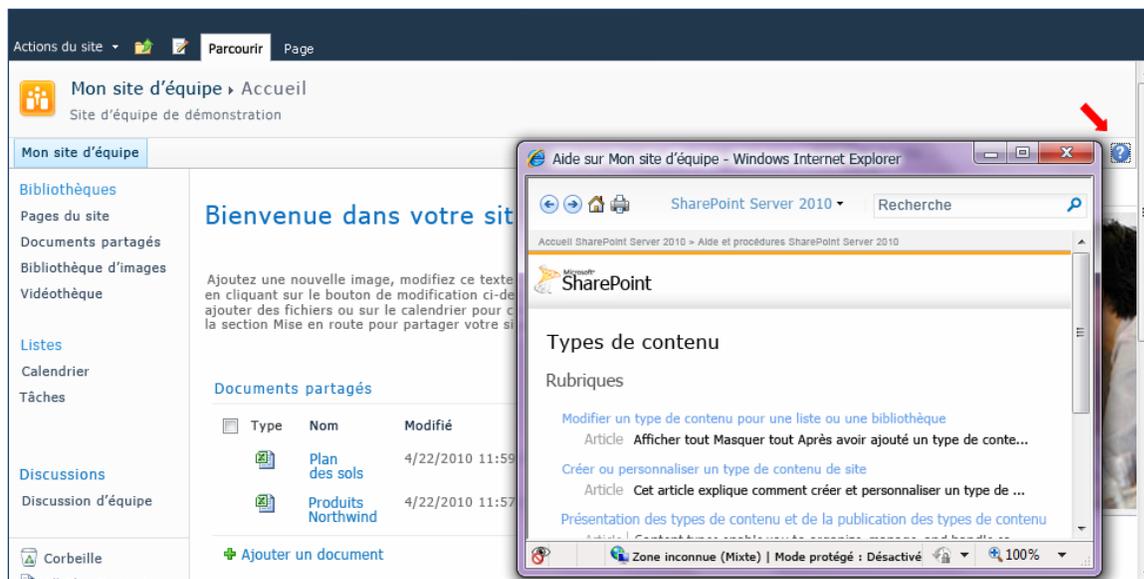


Figure 6 : documentation de l'aide de SharePoint

Commentaires des utilisateurs finaux

Enfin, veillez à fournir des mécanismes et des processus permettant d'intégrer de façon continue les commentaires des utilisateurs afin que vous puissiez apporter l'assistance adéquate et améliorer la conception et l'utilisation de l'environnement, du contenu et des fonctionnalités de SharePoint. Sur chaque page, outre un contact, vous devez fournir un mécanisme de commentaire. Vous pouvez également envisager des enquêtes périodiques auprès des utilisateurs pour déterminer de quelle façon ils se servent de la solution et, surtout, pour savoir ce qu'apporte la solution à leur processus d'entreprise de leur point de vue. Ces récits sont très importants pour votre stratégie d'adoption globale. Les utilisateurs réticents au recours à la nouvelle solution peuvent être tentés de l'essayer lorsqu'ils prennent connaissance de tout ce que peuvent en tirer leurs collègues.

Incitations et récompenses

La solution que vous concevez à l'aide de SharePoint doit résoudre ou traiter un problème métier qui revêt de l'importance pour les utilisateurs. Les incitations et récompenses peuvent s'avérer des outils efficaces pour amener les utilisateurs à essayer SharePoint et à l'appliquer à leur travail quotidien, mais ne partez pas du principe que les incitations et les récompenses sont la garantie d'une adoption à long terme. Elles ne s'inscrivent, au

mieux, que dans des stratégies à court terme. En revanche, elles permettent souvent de démarrer le déploiement de façon dynamique et d'inciter les utilisateurs à essayer la solution afin de la découvrir.

Récompenses d'équipe

Si vous envisagez d'utiliser des incitations ou des récompenses pour gagner rapidement l'adhésion des utilisateurs, favorisez les récompenses d'équipe plutôt que les récompenses individuelles pour encourager le partage. En outre, envisagez la reconnaissance des utilisateurs pour la création et la réutilisation de connaissances. Il est important de récompenser non seulement la personne à l'origine d'une idée ou le collaborateur à un document, mais également celle qui exploite leur apport. Par exemple, vous pouvez organiser un concours du site d'équipe collaboratif le plus actif et récompenser les membres du site au titre de la publication, du partage et de la réutilisation des biens des autres membres.

Défendre le partage des connaissances

Défendez le partage des connaissances ainsi que l'utilisation de SharePoint pour faciliter l'évolution culturelle. Créez des programmes et des messages de communications destinés à souligner vos modalités de travail, de partage et d'intégration. Envisagez des incitations qui soient liées à une utilisation de SharePoint profitable aux autres utilisateurs. La reconnaissance réside souvent dans le fait d'être perçu comme un expert par les collègues et par la direction. Veillez à ce que le nom de l'auteur soit attaché aux documents, recommandations, meilleures pratiques et présentations créés par ses soins. Cette information peut être exploitée à l'aide d'une technologie de détection de présence : les utilisateurs peuvent rechercher un bien et constater que l'auteur est en ligne, puis envoyer un message instantané ou initier un appel téléphonique pour établir une connexion. Par exemple, vous pouvez créer un site « Félicitations » et inciter les utilisateurs à formuler une reconnaissance publique et à se remercier les uns les autres. Une autre organisation a concrétisé la possibilité de gagner des points et des badges en facilitant le traitement des questions, la publication du contenu et le partage des connaissances.

Célébrer les meilleures pratiques

Soyez reconnaissant de la transmission et de l'utilisation des meilleures pratiques. Pour ce faire, vous pouvez célébrer les réussites de l'application des meilleures pratiques dans les supports de communications de l'entreprise. Reconnaissez l'apport des deux parties et unités dans la transmission des connaissances. À tout moment, quelqu'un est acteur et bénéficiaire du développement des connaissances. Si les deux parties de la transaction ne sont pas récompensées, vous serez rapidement à court de contenu. Il est possible que les récompenses formelles ne soient pas compatibles avec votre culture ; soyez prudent quant à l'utilisation de récompenses spécifiques pour les personnes motivées essentiellement par un sens de l'implication et de la contribution. Contactez votre département des ressources humaines pour développer et documenter des incitations et des récompenses appropriées pour votre organisation et votre culture. Profitez de la nouvelle solution pour faire preuve de créativité ; évitez de vous raccrocher à ce qui a fonctionné par le passé. Il s'agit d'une nouvelle technologie offrant de nombreuses possibilités de personnalisation. Tirez parti de la valeur inhérente de la technologie SharePoint pour rechercher des façons nouvelles et excitantes d'encourager et de récompenser l'utilisation de la solution.

Ressources indispensables

De nombreuses ressources mises à votre disposition par Microsoft facilitent l'adoption de SharePoint.

Hub de productivité

Microsoft a développé l'hub de productivité afin de soutenir vos efforts constants de formation des utilisateurs finaux. L'hub est une collection de sites SharePoint 2010 faisant office de communauté d'apprentissage et entièrement personnalisable. Il vous permet de centraliser vos efforts de formation et comprend du contenu pédagogique issu des produits phares de Microsoft. En outre, Microsoft fournit régulièrement des packs de contenu mis à jour.

L'hub utilise les fonctionnalités de mise en réseau de SharePoint Server, notamment les blogs et les groupes de discussion. En outre, il propose le « programme d'assistance », fonctionnalité de gestion des changements, qui vous permet de rendre les utilisateurs finaux autonomes, réduisant ainsi la charge qui pèse sur votre personnel pédagogique et informatique. Favorisant la collaboration, le programme d'assistance a un impact positif sur la productivité.

Caractéristiques de l'hub de productivité

Format	Collection de sites SharePoint préinstallée optimisée pour les fonctionnalités Web 2.0 et facilement déployée dans l'environnement SharePoint.
Contenu	Formation sur la productivité des utilisateurs finaux sous diverses formes pratiques (documents, vidéos, podcasts, etc.). Les utilisateurs reçoivent des mises à jour de contenu trimestrielles gratuites sur lesquelles vous obtiendrez des informations par le biais du blog consacré à la productivité.
Blog	Le blog consacré à la productivité fournit des conseils et des astuces pour la productivité des utilisateurs finaux. Utilisez-le tel quel. Votre personnel pédagogique peut aussi s'appuyer sur les billets existants pour prendre en main le lancement d'un blog interne.
Former le formateur	Comprend une section liée à la gestion du système informatique qui facilite le déploiement de la collection de sites, ainsi qu'une aide au développement du programme d'assistance.
Produits	Applications Office System 2010 (y compris SharePoint Server 2010), Windows 7 et Internet Explorer 8.

Vous pouvez également télécharger des packages de contenu supplémentaires qui complètent les supports de formation que vous pouvez mettre à la disposition des utilisateurs par le biais de l'hub. La version 2010 de l'hub de productivité est disponible [ici \(éventuellement en anglais\)](#).

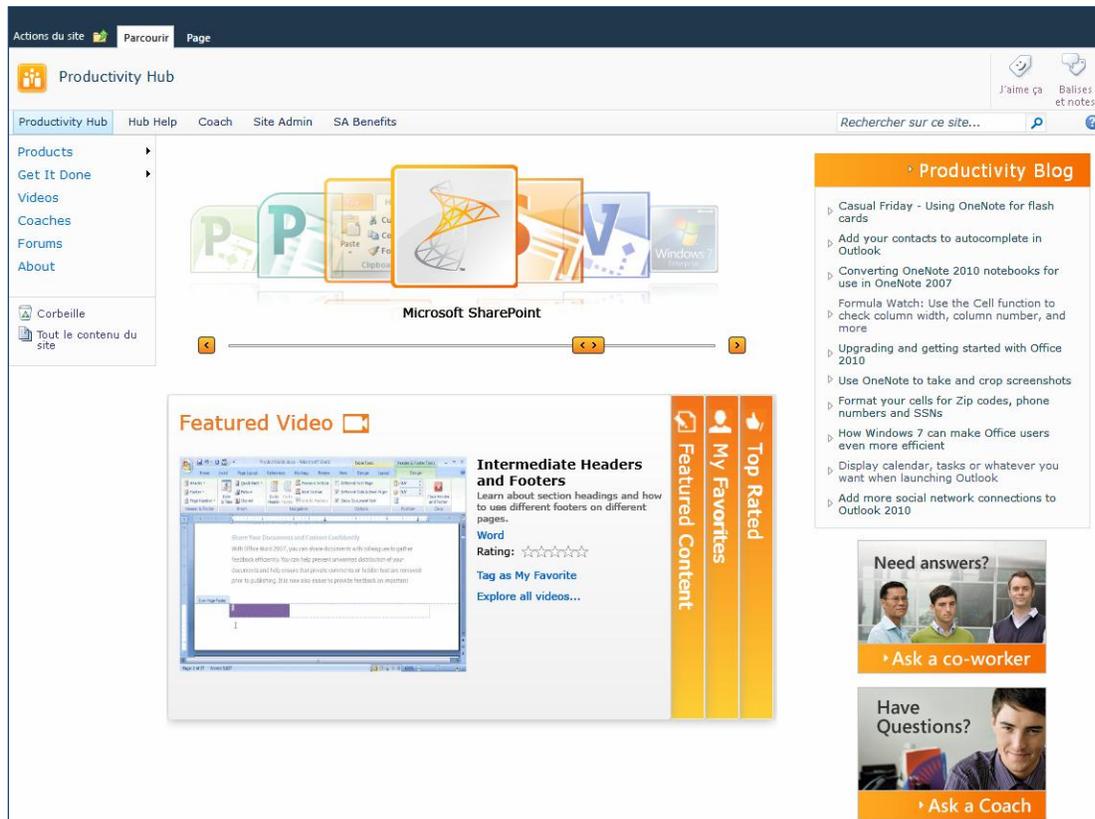


Figure 7 : hub de productivité

Blog « Get the Point »

Le blog « Get the Point » est le blog de l'équipe responsable du contenu Microsoft SharePoint destiné à l'utilisateur final. Le blog est conçu, écrit et publié par les rédacteurs qui mettent à votre disposition le contenu SharePoint sur Office Online. Nous rédigeons du contenu pour l'ensemble des produits et technologies SharePoint et encourageons la communauté d'utilisateurs SharePoint à apporter sa contribution. Le Blog « Get the Point » est disponible [ici \(éventuellement en anglais\)](#).

Formation assistée par ordinateur

Le saviez-vous ? Des formations gratuites pour les utilisateurs sont éventuellement disponibles. Microsoft Learning propose des formations en ligne gratuites sur SharePoint pour les sociétés sous Accord Entreprise. Contactez au sein de votre entreprise la personne responsable des relations avec Microsoft pour déterminer si vous bénéficiez de cet avantage. Même si vous ne disposez pas d'un accès gratuit, vous pouvez acheter des formations. Microsoft Learning est disponible [ici \(éventuellement en anglais\)](#). En outre, des [vidéos de formation gratuite \(éventuellement en anglais\)](#) sont disponibles sur Office.com.

Buzzkit SharePoint

Le buzzkit SharePoint comprend tout ce dont vous avez besoin pour mener une campagne de communication interne à l'occasion du lancement de SharePoint Server. Il comprend, entre autres, une présentation PowerPoint,

des vidéos que vous pouvez utiliser sur des bornes ou intégrer à la présentation, des supports de formation, des affiches, des annonces destinées à être diffusées par messagerie électronique, des conseils sur la constitution d'une communauté et des conseils sur l'utilisation du buzzkit. Le buzzkit Sharepoint est disponible [ici \(éventuellement en anglais\)](#). (Remarque : le buzzkit a été créé pour SharePoint 2007, mais ses thèmes principaux sont toujours valables.)

Conclusion

Les nouvelles technologies ne sont pas adoptées de façon soudaine, globale et improvisée. SharePoint n'échappe pas à la règle. Généralement, les utilisateurs n'embrassent pas immédiatement une nouvelle solution, sauf s'il est évident qu'elle leur permet d'atteindre leurs objectifs métiers globaux. Dans son remarquable ouvrage, *Enterprise 2.0*, Andrew McAfee fait référence à un article paru en 2006 dans la revue *Harvard Business Review* et rédigé par John Gourville, professeur de marketing à Harvard.³ Gourville fait remonter l'expression courante faisant allusion à la fabrication d'une « meilleure souris » à une citation de Ralph Waldo Emerson : « Si un homme peut écrire un meilleur livre, prêcher un meilleur sermon ou fabriquer une meilleure souris que son voisin, il aura beau construire sa maison au fin fond de la forêt, le monde se frayera un chemin jusqu'à sa porte. » Gourville conclut que cette citation est séduisante, mais erronée, indiquant qu'il existe de nombreux exemples de produits qui présentaient un avantage par rapport à d'autres qu'ils ont remplacés, mais qu'ils n'ont pas réellement remplacés. McAfee mit en avant l'exemple suivant lors de son intervention à l'occasion de la conférence KMWorld 2009. Il demanda aux personnes présentes dans la salle de lever la main si elles possédaient un TiVo. Environ un quart des personnes présentes levèrent la main. Ensuite, il demanda aux personnes de garder leur main levée si elles aimaient leur TiVo et qu'elles pensaient qu'il était probablement inimaginable qu'elles regardent de nouveau la télévision à l'ancienne. Personne ne baissa la main. Il demanda alors : « Pourquoi ne possédons-nous tous pas un TiVo ? »

L'article de Gourville avance plusieurs raisons pour lesquelles il est particulièrement difficile d'amener les utilisateurs à adopter de nouvelles technologies. La première raison tient au calendrier : il s'écoule un certain laps de temps entre le moment où les premiers adeptes abandonnent leur « situation confortable » et celui où ils tirent parti de la solution. La deuxième raison est que les avantages de l'adoption ne sont pas garantis : il est possible que la nouvelle solution ne fonctionne pas comme attendu. La troisième raison tient au fait que les avantages, notamment dans le cas des solutions de portail et de collaboration, sont généralement qualitatifs, ce qui rend très difficiles leur description et leur comparaison. C'est la raison pour laquelle il est si important de recueillir des témoignages de réussite auprès des utilisateurs.

Le résultat de la recherche de Gourville conduit à ce qu'il appelle « l'effet X9 ». En termes les plus simples, cela signifie essentiellement qu'un nouveau produit doit présenter neuf fois plus d'améliorations que la solution existante pour être immédiatement ou facilement adopté. Si votre solution n'est pas neuf fois meilleure, vous devez accorder une attention particulière au fait que les utilisateurs attachent naturellement de l'importance à ce qu'ils possèdent déjà ou à ce à quoi ils sont habitués, plutôt qu'à des solutions ou des outils qui ne leur sont pas familiers. Cela ne signifie pas que l'adoption est impossible, mais souligne simplement l'importance capitale de concevoir un plan d'adoption avec le plus grand soin.

³ Gourville, John T., « Why Consumers Don't Buy: The Psychology of New Product Adoption. » Harvard Business School Note #504-056 (Boston : Harvard Business School Publishing, 2004).

McAfee, Andrew, « *Enterprise 2.0 : New Collaborative Tools for your Organization's Toughest Challenges* » (Harvard Business Press, 2009), pages 167 à 171.

Gardez à l'esprit les points suivants :

- L'adoption ne se fait pas comme par magie. Vous ne pouvez gagner l'adhésion complète des utilisateurs qu'en les guidant, en démontrant l'utilité de SharePoint et en recourant à des « champions » de SharePoint.
- Établissez un plan suffisamment à l'avance pour le lancement, le déploiement, la communication et la formation à SharePoint.
Assurez-vous que votre plan est rédigé et qu'il s'inscrit dans une stratégie d'informatique sociale.
- Utilisez les formidables ressources disponibles : il existe d'excellentes ressources que votre organisation peut utiliser immédiatement dans le cadre de votre plan d'adoption de SharePoint. En outre, beaucoup d'entre elles sont gratuites !

À propos des auteurs

Scott Jamison est directeur associé et PDG de Jornata LLC (www.jornata.com (éventuellement en anglais)), Gold-Certified Microsoft Partner qui aide ses clients à implémenter des solutions SharePoint haut de gamme au sein de leur entreprise. Scott est un expert de renommée mondiale sur SharePoint, sur les technologies du travailleur du savoir et sur les solutions collaboratives, et est fort d'une expérience de 20 ans dans la formation de responsables et de professionnels de la technologie à la fourniture d'une gamme étendue de solutions d'entreprise pour les clients. Avant de rejoindre Jornata, Scott était directeur en architecture d'entreprise chez Microsoft et avait occupé de nombreux postes de premier plan, notamment un poste de cadre supérieur chez Dell à la tête d'une équipe de conseil spécialisée dans les produits Microsoft. Scott a collaboré avec des équipes Microsoft au niveau local, régional et international pendant des années, participant souvent en tant que conseiller aux équipes de produit Microsoft. Scott est un leader d'opinion reconnu et auteur d'une série d'ouvrages, de dizaines d'articles dans des revues et intervient régulièrement lors d'événements dans le monde entier. Scott a obtenu sa maîtrise en informatique à l'université de Boston, complétée de travaux de recherche de troisième cycle à la McCallum Graduate School of Business de Bentley. Scott a obtenu la certification SharePoint Certified Master. Son blog est accessible à l'adresse www.scottjamison.com (éventuellement en anglais).

Susan Hanley, présidente de Susan Hanley LLC, est spécialisée dans la conception, le développement et l'implémentation de solutions de portail, notamment du point de vue de l'architecture de l'information, de l'adoption par les utilisateurs, de la gouvernance et des métriques de valeurs métiers. Elle est une experte de renommée internationale dans le domaine de la gestion des connaissances et rédige un blog sur SharePoint et la collaboration pour le magazine Network World, accessible à l'adresse <http://www.networkworld.com/community/sharepoint>. Avant de lancer sa propre activité de conseil, Sue a travaillé pendant 18 ans comme consultante au sein de la société American Management Systems, dont elle a dirigé le programme de gestion des connaissances. Pendant cette période, elle a été considérée par Consultants News comme l'un des principaux « leaders du domaine des connaissances » parmi les sociétés de conseil. Sue a quitté AMS pour diriger le cabinet de conseils Portals, Collaboration and Content Management pour Plural, acquis par Dell en 2003. À ce titre, elle fut responsable d'une équipe qui développa des centaines de solutions basées sur la plateforme Microsoft SharePoint et fut membre du Microsoft's Partner Advisory Council for Portals and Collaboration. En 2005, elle a fondé Susan Hanley LLC (www.susanhanley.com), cabinet de conseil spécialisé dans l'optimisation de l'impact commercial par le biais de portails et de solutions de collaboration. Parmi ses clients figurent certaines des plus grandes entreprises ayant déployé SharePoint à l'échelle mondiale. Sue a obtenu un MBA à la Smith School of Business de l'université du Maryland à College Park et une licence en psychologie à l'université Johns Hopkins.