

Sommaire

Résumé du livre	15
Avant-propos	19
Préface	21
Introduction – La renaissance du XXI ^e siècle ?	23
Chapitre 1 – Vers un nouveau management	29
Pourquoi la collaboration en réseau est nécessaire	29
<i>La mobilisation des talents aux quatre coins du monde</i>	29
<i>Le développement des alliances</i>	30
<i>L'énergie cinétique d'une entreprise, c'est le travail en réseau</i>	31
Repenser l'entreprise	33
<i>Le modèle industriel : la division du travail</i>	33
<i>Le modèle postindustriel : le développement de la culture</i>	34
L'économie en réseau	37
<i>L'exemple des forces armées</i>	37
<i>Des exemples d'« opérations en réseau » en entreprise</i>	39
Le management « net-centric »	43
<i>Lâcher prise et faire confiance</i>	43
<i>Commander plutôt que contrôler</i>	44
<i>Maîtriser les flux de connaissances</i>	46
Chapitre 2 – Les fondations de la confiance : l'attitude personnelle ...	49
Pourquoi faire confiance ?	50
<i>La confiance interpersonnelle</i>	50
<i>Confiance et engagement</i>	50
<i>Confiance et circulation du savoir</i>	51
Le capital social : présence ou absence	52
L'état des lieux dans les entreprises : peut mieux faire	55
La confiance par l'attitude	57
La confiance par la marque	59
Chapitre 3 – La voie de la confiance : la collaboration	61
Il est bien difficile de collaborer...	62
<i>Ce n'est pas naturel</i>	62
<i>On n'y a pas souvent intérêt</i>	63
<i>On s'y prend mal</i>	64
<i>Le problème, c'est moi !</i>	66
Le cadre systémique : les quatre espaces de communication	67

Chapitre 4 – Les technologies de la confiance : les outils de collaboration	73
Internet, plate-forme de l'innovation	74
Une dynamique d'adoption dans les entreprises	75
Le mouvement du Web 2.0	76
Les modes sociaux de circulation du savoir sur Internet	79
<i>Les moteurs de recherche ne suffisent plus</i>	79
<i>Le mode « publish and process »</i>	80
Les applications élémentaires de collaboration en ligne	81
La nécessaire interopérabilité des applications : la question centrale des métadonnées	84
La loi de puissance de la participation	87
Chapitre 5 – Les structures sociales de la confiance : réseaux et communautés	91
La dynamique sociale de la confiance	92
<i>Le développement des réseaux sociaux</i>	92
<i>Quand les réseaux deviennent communautés</i>	93
<i>Une typologie de communautés</i>	95
La vie des communautés professionnelles	98
<i>L'entreprise est un archipel</i>	98
<i>La communauté centrale : le « noyau dur » de l'entreprise</i>	100
<i>L'espace communautaire</i>	101
L'économie en réseau	103
<i>Au-delà du marché</i>	103
<i>L'économie du don : le logiciel libre</i>	104
<i>Un modèle de l'économie en réseau : la production cinématographique</i>	107
Les communautés de pratique	108
<i>De quoi s'agit-il ?</i>	108
<i>La participation est périphérique</i>	110
<i>Domaine, communauté et pratique</i>	111
<i>Le cycle de vie d'une CoP</i>	113
L'intelligence des communautés de pratique	117
<i>Rompre l'isolement, recruter des talents</i>	118
<i>Développer l'engagement en particulier des jeunes</i>	119
<i>Réduire les risques, réduire les coûts</i>	120
<i>Innover, déplacer le marché</i>	121
<i>Transformer la relation client, augmenter les ventes</i>	122
<i>Vectoriser l'information</i>	125
Il n'y a pas que de bonnes communautés	128
Chapitre 6 – La confiance au quotidien : faire vivre une communauté	131
Vendre son projet de communauté	132
Distribuer les rôles	133
<i>Les rôles internes</i>	133

<i>Les rôles externes</i>	137
Structurer l'espace communautaire	142
<i>Le hall d'accueil</i>	146
<i>L'espace privé</i>	152
<i>Le café</i>	153
<i>Les tables rondes</i>	156
<i>L'espace projets</i>	159
<i>L'amphithéâtre</i>	161
<i>La bibliothèque</i>	163
<i>Quand les espaces fonctionnent ensemble : séminaires et places de marché</i>	167
Animer une communauté de pratique	168
<i>Équilibrer l'émergence et la configuration</i>	168
<i>Les techniques d'animation</i>	170
<i>Les méthodes de collaboration</i>	173
Les métriques de succès	175
<i>Le coût d'une communauté de pratique</i>	175
<i>La mesure des bénéfiques</i>	176
<i>Les « bonnes histoires »</i>	179
Chapitre 7 – Vers une culture de la confiance : transformer l'organisation	183
Un modèle cible : le triptyque de l'entreprise en réseau	185
<i>La hiérarchie fonctionnelle</i>	185
<i>Les équipes projet</i>	186
<i>Les communautés</i>	188
<i>Le triptyque au quotidien</i>	191
<i>Transformer l'organisation</i>	193
Lever les obstacles au changement culturel	195
<i>La langue</i>	196
<i>L'écrit</i>	197
<i>Le manque de temps</i>	198
<i>Le retour sur investissement</i>	201
<i>La pensée analytique</i>	202
<i>Les baronnies</i>	203
Vers une nouvelle gouvernance des systèmes d'information ?	207
<i>Créer une agence pour le travail en réseau</i>	207
<i>Une nouvelle gouvernance des systèmes d'information</i>	210
Synthèse : le « décalogue du changement culturel »	215
1. <i>Tu profiteras d'une crise</i>	216
2. <i>Tu feras du changement un programme d'entreprise</i>	218
3. <i>Tu communiqueras beaucoup pour capter l'attention</i>	219
4. <i>Tu t'aligneras sur la stratégie de l'entreprise</i>	220
5. <i>Tu donneras au programme un objectif opérationnel</i>	221
6. <i>Tu intégreras le changement dans les processus opérationnels</i>	224
7. <i>Tu obtiendras le parrainage d'un dirigeant bien en vue</i>	225
8. <i>Tu confieras le programme à des professionnels du terrain</i>	226

9. Tu leur donneras la maîtrise du système d'information	228
10. Tu mesureras les progrès accomplis	229
Conclusion – Le leadership à l'ère de la collaboration	233
L'araignée et sa toile : l'entreprise apprenante	234
Une « école de guerre » pour les managers ?	234
Le pouvoir ou le changement	236
Annexes	241
Annexe 1. Comment se crée un modèle mental ?	241
Annexe 2. Dynamique de création des réseaux sociaux	243
Bibliographie	249
Index des noms propres	253
Index général	257
Traduction des « bulles »	259