

Collaboratif : le Français Jamespot s'enrichit d'une application de pilotage

Jamespot INTELLIGENCE DAILY Le réseau social du cluster des producteurs d'énergies

Accueil Groupes Contacts Messages Découverte Apps Rechercher

Tableau de bord

Application de pilotage des plans d'actions qui contiennent des documents, tâches, réunions, projets, plans

Mes applications

- Gestionnaire des listes de mots-clés
- Recommandation utilisateur
- Objectifs
- Projets
- Gestionnaire dI-frames
- Tâches
- Questions et Réponses
- Calendrier
- Enquête
- Plans d'actions
- Plans d'actions - Félicitations
- Plans d'actions - Alertes
- Plans d'actions - Suggestions

100% Progression

4 Notifications

12:23

Demander les photos de l'intervention
2014-04-16 15:02:20
Dernière action : 2014-04-16 15:02:20

Ajouter une tâche

Copyright Jamespot 2005-2014 | Jamespot | Ecosystème | Conditions générales d'utilisation | A propos

Spécialiste du réseau social d'entreprise (RSE) fondé en 2005, l'éditeur en mode Saas Jamespot étoffe son portefeuille avec le lancement d'une offre de pilotage – **Co-Pilot** – dédiée à ces outils collaboratifs. « *C'est un peu de la BI positionné au-dessus du RSE, résume **Alain Garnier**, le cofondateur de l'éditeur (en photo). Les clients utilisant le RSE ont besoin de piloter ce qui s'y passe* ». Mais aussi d'affecter des objectifs à des équipes projets. Co-Pilot se décompose d'ailleurs en **3 applications (Objectifs, Plans d'actions et Management)** dont la vocation est « *de créer un pont entre la BI et les opérationnels, les équipes projet. D'habitude, ce sont deux mondes qui ne se parlent pas* », reprend le dirigeant, à l'origine de la conception de la nouvelle application. « *Dans les faits, nous sommes tous devenus à la fois manager et managé. C'est cette logique là qu'on retrouve dans le système d'où ce mélange entre outil opérationnel et de pilotage* ».

Dans les faits, l'application doit faciliter le partage des indicateurs métier (le nombre de rendez-vous en clientèle, le taux de réclamations clients, etc.), via des ponts instaurés avec les outils en place ou via un système d'édition d'indicateurs que fournit Jamespot. « *Le plus dur pour une entreprise reste de faire remonter les données du terrain, observe Alain Garnier. Avec Co-Pilot, on transfère les informations habituellement emprisonnées dans Excel dans un tableau partagé* ». Avec bien entendu tous les attributs habituels des réseaux sociaux,



attributs permettant d'individualiser l'assignation d'objectifs et les droits d'accès aux informations. « *Même si notre croyance profonde reste immuable : nous pensons que c'est l'économie de la collaboration qui amène de vrais gains de productivité* », milite Alain Garnier. Et d'observer que Jamespot parvient plus facilement à s'immiscer dans les entreprises connaissant des difficultés économiques que dans les organisations florissantes. Autrement dit, ce sont les sociétés les plus menacées qui sont prêtes aux remises en cause les plus drastiques en matière de partage d'information.

Les DSI privilégient les éditeurs américains

Reste la condition numéro un de succès des RSE : **l'adhésion des utilisateurs**. Pour Alain Garnier, deux conditions doivent être réunies : une **consigne claire du management** et un **bénéfice concret dans le quotidien** des utilisateurs, un second objectif que sert d'ailleurs la naissance de Co-Pilot. « *Si ces deux conditions sont réunies, deux tiers des utilisateurs seront actifs dans le réseau social. Mais si une seule est au rendez-vous, on tombe à un tiers* ».

Co-Pilot se présente comme un module complémentaire de Jamespot, plateforme 100 % SaaS qui en comprend déjà deux (communication et collaboration). Chacun étant associé à un niveau de prix différent. Signalons également qu'une offre Entreprise donne accès à toutes les applications. Déployé dans quatre contextes différents en test, Co-Pilot a été retenu par un premier client. « *L'outil peut à la fois s'adapter tant à des démarches bottom-up que top-down* », précise le co-fondateur de l'éditeur installé à Montreuil (93).

Signalons que Jamespot, qui compte environ **50 000 utilisateurs** chez des clients comme le Réseau Entreprendre, la SNCF, Renault, Total, Veolia ou Orange, a fait le choix de se positionner sur les projets départementaux, pilotés par les métiers. « *Dans les déploiements menés par des DSI de grands comptes, c'est un jeu où, à la fin, ce sont les Américains qui gagnent* », ironise Alain Garnier. Une des raisons qui ont poussé l'entrepreneur à s'impliquer dans le lancement d'[Efel Power, une association d'éditeurs qui défend le logiciel made in France](#). Né autour d'un noyau d'une quinzaine de sociétés, l'initiative en regroupe désormais 65.

Employant 12 personnes, Jamespot a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires de 750 000 euros environ, auxquels s'ajoutent 250 000 euros de projets subventionnés. La société a connu une **croissance de 30 % environ** sur cet exercice.

Voir aussi

[Silicon.fr étend son site dédié à l'emploi IT](#)

[Silicon.fr en direct sur les smartphones et tablettes](#)