

Faire croître l'entreprise par le sens

Wel'Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable.

www.com-hom.com

Facebook en quête d'utilité



Un amandier en fleur, bien garni à l'image de la réussite planétaire de Facebook. Photo de printemps pour illustrer la réussite sans limite du plus grand réseau social qui rachète à coups de milliards de dollars les applications complémentaires.

Et pourtant, ces fleurs pourraient ne plus donner de fruits dans quelques années. Car Facebook est en quête de pollinisateurs :

- En quête d'innovation que le réseau social achète à l'extérieur
- En quête de sens que le réseau social ne peut acheter

Car si Facebook s'est construit sur un concept plaisir (plaisir de l'échange, de la relation, de l'exposition), ce plaisir est en train de s'essouffler. On trouve sur le réseau social de tout et de rien.

Comment rebondir ?

- En important de l'innovation de l'extérieur car le paquebot s'essouffle sur le sujet
- En créant du sens par l'utilité

Car Facebook a bien senti le danger.

Nous insistons en permanence à Com-Hom sur la nécessité du sens comme moteur pour l'action, pollinisateur et garant sur le long terme. Ce sens est la réponse aux questions suivantes : Quelle est notre responsabilité individuelle, quelle est notre responsabilité collective, qui servons-nous, quelle est notre valeur ajoutée ?

Ce jeudi 30 janvier, sur RTL, le directeur général de Facebook France répondait aux questions de Laurent Bazin sur le sujet : "[Facebook veut être un complément de Pôle Emploi](#)".

Cette interview est très révélatrice de nos attentes en ce début de XXIème siècle : la quête de sens. Elle est étonnante de part l'insistance du DG de Facebook sur la nécessité d'apporter de l'utilité et du sens à son outil. Laurent Bazin, en journaliste averti, a très bien décodé le message en pointant que ce sens est la condition de survie de Facebook.

Quel est le sens de Facebook dans les années à venir à l'heure où tout et n'importe quoi sont sur la toile de Facebook, de la pizza au mètre que j'ai mangée avec mes cousins au profil du rat « Rijel » de ma fille.

Facebook a bien compris la nécessité de redonner du sens à sa plateforme même si en fin d'interview, les pronostiques de déclin de Facebook sont balayés d'un sourire et d'un « ce n'est pas sérieux ».

Le DG de Facebook a raison : rien n'est écrit dans le marbre. Facebook a bien compris qu'il faut remettre du sens pour assurer sa survie. Alors qu'est ce qui peut faire sens pour Facebook, qui lui permettrait d'apporter sa valeur ajoutée (la rapidité de l'information) et où le Bon Coin a une longueur d'avance :

« Servir la préoccupation nationale : participer à l'emploi dans le pays »

Cette quête d'utilité et de sens est vitale pour Facebook et elle revient tout au long de l'interview :

- Servir la préoccupation nationale revient 4 fois
- Etre utile revient 6 fois
- Aider revient 2 fois

Dans nos organisations et entreprises, cette quête de sens est essentielle. Elle correspond à des mutations profondes de la société et est essentielle pour la survie de nos entreprises. Nous vous proposons de les découvrir à travers notre conférence :

Les mutations du début du XXIème siècle
Pourquoi les managers (hiérarchiques ou projets) sont-ils écartelés?



Marc VILCOT
[Com-Hom](#)

A propos de l'auteur :

Marc VILCOT : J'ai créé [Com-Hom](#) en 2008 après 17 années enrichissantes de vente et management terrain dans l'industrie.

Ingénieur électrotechnique (INPG 1989), j'ai commencé ma carrière à concevoir des machines électriques. Mes préférences créatives et relationnelles m'ont vite amené vers des activités commerciales et marketing. En tant que directeur commercial de Cedrat (1997-2007), j'ai animé une équipe de 14 personnes et un réseau de 20 distributeurs. Administrateur de la société et de sa filiale américaine, j'ai pratiqué les aspects stratégiques et opérationnels.



Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

Copyright

Les textes sont la propriété de [Com-Hom](#)
Crédit photographique : [Com-Hom](#), [Fotolia](#)