Chap 9 : Le management des connaissances (Knowledge management=KM)

I/ Définition :

Le KM correspond à l’ensemble des pratiques permettant de révéler, de valoriser, de conserver et de diffuser en interne les savoirs et savoir-faire des salariés. Il s’agit de favoriser l’aprentissage et les échanges de pratique afin de développer l’intelligence collectif.

II/ Les enjeux du KM :

Le KM permet :

* De préserver les savoir et savoir-faire
* Développer les compétences collective
* De transmettre les savoirs et les compétences
* Améliorer la productivité et la qualité
* Développer la capacité d’innovation
* Une réactivité plus grande face aux turbulence de l’envirronnement.
* Se différencier de ses concurrents
* Réduire les délais et les couts.
* Développer la culture de l’entreprise
* Stimuler les échange professionnel
* Développer les compétences individuel
* Accéder à des compétences actualisé
* Favoriser la motivation en équipe

III/ Les outils du KM :

Le développement du dialogue et donc du développement des connaissances nécessite des outils technique. La technologie doit être au service de l’homme et du km et non l’inverse. Grace à l’échange d’information, la vision conférence, il faut constamment renouveler les connaissance et les mettre à jour

Transferer ses connaissances peut-être synonime de perte de son pouvoir et de son autonomie. Il est indispenssable que les salarié soit impliquer. Si ce n’est pas le cas, il veut mieux préparer au changement plutot que de vouloir imposer des outils et des méthodes qui ne serait pas accepter par les salarié et serait donc contre productif. Il n’est pas possible de chiffrer les gains générer par le km. Par contre peut chiffrer les couts(achat matos, formation, perte de temps). Le role de chacun doit être bien définit. Avoir une vision strat de cette politique du km