

Yammer, un nouvel outil de micro-blogging au travail

Après Twitter, voici [Yammer](#). C'est un site de micro-blogging, comme Twitter, à la différence qu'il compte s'épanouir dans les environnements professionnels. C'est donc l'équivalent de Twitter pour les entreprises : on y parle exclusivement boulot. Au lieu de répondre à la question "What are you doing?" (Qu'êtes-vous en train de faire?), les utilisateurs de Yammer répondent à la question "What are you working on?" ("Sur quoi travaillez-vous?")

Malgré ses six semaines, Yammer rassemble déjà 60 000 utilisateurs au sein de 10 000 entreprises différentes. L'idée derrière Yammer, c'est d'améliorer la communication entre employés, et au final, la productivité de l'entreprise.

David Sacks, le fondateur du service et ancien de PayPal, espère que Yammer remplacera à terme la messagerie instantanée et les e-mails. Yammer a été créée par des anciens collaborateurs de PayPal, d'eGroups, d'eBay, et de Tribe. La jeune pousse est soutenue par des fonds d'investissement comme Founders Fund et Charles River Ventures.

"Sur quoi travaillez-vous?"

A la différence de Twitter, qui limite le nombre de caractères de chaque message à 140 signes, les messages sur Yammer sont illimités et on peut y attacher des photos, des documents voire des vidéos

Il est aussi possible de créer des groupes auxquels envoyer des messages spécifiques : le groupe de l'équipe marketing, technique ou le groupe de collègues avec qui on aime aller déjeuner.

Souscrire à Yammer se fait grâce à une messagerie professionnelle, mais des personnes extérieures à une entreprise (consultants...) peuvent également être ajoutés au réseau de micro-blogging. Tout se contrôle par adresse IP et mot de passe, il est donc facile d'ajouter ou de supprimer des membres pour une entreprise.

Une communication toujours plus intrusive sur son lieu de travail

Sur le volet du modèle économique (et là aussi, c'est une autre différence avec Twitter), Yammer génère déjà de l'argent. Twitter a adopté une approche mass market en cherchant à étendre au maximum sa base d'utilisateurs (trois millions recensés). La rentabilité viendra après.

Tandis que Yammer, qui vise les entreprises, demande un dollar par employé utilisant le service. C'est peu mais c'est déjà ça. Cisco Systems, Xerox et Hewlett-Packard ont déjà installé le service pour leurs employés.

Beaucoup de sites existants proposent de tenir informé son entourage – en temps réel – de ce qu'on fait, pense ou prévoit de faire : les Facebook, Twitter et autres outils collaboratif type Microsoft SharePoint permettent d'être toujours à la page. Le revers de la médaille : une communication toujours plus intrusive, toujours plus prégnante sur son lieu de travail.