

Les Connaissances et les Données Révolutionnent l'Aménagement de l'Espace de Travail

🕒 Lire 4 minutes



Voici comment la société One Workplace a mis à profit les données et les connaissances pour mieux aider son équipe en pleine croissance.

ONE WORKPLACE, SANTA CLARA, CA

La société One Workplace affiche une longue expérience dans la conception d'espaces de travail exceptionnels pour certaines des entreprises les plus innovantes au monde. Parler d'un « bureau » pour évoquer le siège social de One Workplace à Santa Clara ne convient pas vraiment au showroom d'environ 3500 mètres carrés pleinement opérationnel que l'entreprise utilise comme vitrine, mais également à ses propres fins. Le siège social reflète la mission de l'entreprise : créer des espaces qui sont source d'inspiration et transforment le visage des entreprises. Selon One Workplace, l'alliance des individus, de l'espace et de la technologie permet de renforcer la culture d'entreprise et d'améliorer la productivité.

Récemment, One Workplace s'est heurtée à des problèmes similaires à ceux qu'elle résout habituellement pour ses clients. Après une augmentation de 25 pour cent du nombre de ses collaborateurs, la société a eu l'impression que son environnement de travail était devenu exigü. L'éclat du début s'était envolé et les locaux ne semblaient plus convenir comme c'était le cas auparavant.

Pour savoir comment les employés utilisaient l'espace et de quoi aurait l'air un agrandissement des locaux, One Workplace a fait appel au service Workplace Advisor – Study.

Workplace Advisor – Study est un outil de mesure de l'espace proposé par Steelcase. Au cours d'une étude ponctuelle, des capteurs et d'autres outils d'évaluation sont utilisés afin d'aider les entreprises à justifier d'un investissement important et à améliorer l'expérience globale des employés. La société One Workplace avait besoin de données afin de savoir si elle utilisait vraiment l'espace comme elle le pensait. Mais Workplace Advisor – Study ne fournit pas que des données objectives sur l'occupation de l'espace ; des informations qualitatives sont également collectées. Dans le cadre d'enquêtes, les employés peuvent s'exprimer sur leurs espaces de travail préférés ainsi que sur les attributs d'espace favoris, ce qui permet de mieux comprendre pourquoi certains espaces sont occupés et d'autres pas.

« Les données ont leur importance. Mais elles ne sont importantes que si nous pouvons les utiliser pour améliorer la journée de travail de nos collaborateurs et de nos clients », souligne Mark Baker, COO au sein de One Workplace. « L'espace de travail a une valeur culturelle, que l'utilisation seule des capteurs ne pourrait refléter. Mais en associant des données à des commentaires qualitatifs honnêtes, nous avons obtenu une vue plus complète quant à la meilleure façon d'aider notre équipe. »

« ... en associant des données à des commentaires qualitatifs honnêtes, nous avons obtenu une vue plus complète quant à la meilleure façon d'aider notre équipe. »

Les résultats de l'analyse des données Workplace Advisor – Study ont été surprenants. Malgré la présence de 260 collaborateurs au siège de Santa Clara, en moyenne seul 36 pour cent de l'espace disponible était réellement utilisé. Ce sont les données qualitatives qui ont permis d'expliquer cette situation. Même si la superficie d'environ 3500 mètres carrés était plus que suffisante, la conception des espaces ne correspondait pas au type de travail effectué ou à la culture d'entreprise de One Workplace.

« Le problème ne venait pas d'un manque de place. Il nous manquait des espaces de travail appropriés. »

« Le problème ne venait pas d'un manque de place. Il nous manquait des espaces de travail appropriés », souligne Chris Good, Creative Director. « Les espaces privés et les espaces de réunion ne sont pas la même chose. Nous sommes conscients du fait que l'espace peut contribuer à façonner le comportement des employés. Nous voulons utiliser notre culture d'entreprise pour stimuler les comportements et concevoir l'espace autour de ces comportements.

Par exemple, Workplace Advisor – Study a révélé que, chez One Workplace, 20 sessions de travail individuel ou en binôme avaient lieu simultanément au sein de configurations privées, alors que la société ne disposait que de neuf espaces conçus pour de telles interactions. Il pouvait s’agir de situations où des collaborateurs prenaient des appels téléphoniques, avaient besoin de se concentrer ou travaillaient en binôme sur un projet.

One Workplace a également découvert que les employés préféraient les salles de réunion à leur propre bureau en vue d’un travail individuel. Un fort engouement pour le travail à distance en dehors du bureau était également perceptible. En fin de compte, les employés avaient le sentiment que leur environnement de travail ne prenait pas en charge les différents modes de travail souhaités. Par ailleurs, One Workplace n’utilisait aucun outil technologique leur permettant de réserver les espaces qu’ils utilisaient vraiment.

« Vous pouvez concevoir des solutions pour provoquer le changement, mais uniquement si vous aidez également les employés à accepter ce changement. En fin de compte, il ne s’agit pas de chiffres, mais d’expérience humaine. », souligne Chris Good.

Pour One Workplace, ce qui a commencé comme un exercice d’introspection sur l’environnement de travail s’est transformé en un exercice pratique lui offrant la possibilité de créer un espace de travail démontrant toutes les possibilités offertes par l’alliance des données et de la culture d’entreprise. Cet exercice a également contribué à renforcer la conviction profonde de One Workplace : la culture d’entreprise ne doit pas être reléguée au second plan. Un design qui tient compte des comportements et de la culture d’entreprise améliorera, en fin de compte, le travail quotidien et le rendra plus productif.

« Nos environnements de travail ne sont pas les seuls à évoluer incroyablement vite », souligne Chris Good. « Nos modes de travail au sein de ces environnements évoluent tout aussi rapidement. Et même si notre activité consiste à concevoir des espaces de travail, nous sommes soumis aux mêmes forces que nos clients. Pour nous, c’était une occasion inespérée d’examiner de plus près comment concilier nos concepts de design, la culture d’entreprise et les comportements. »

One Workplace commencera à mettre en oeuvre ces changements au cours de l’année prochaine. Dès qu’il sera terminé, leur nouvel espace sera visible dans le magazine 360.