



**Avril 2011**

Introduction . . . . . 2

Le Social Business est synonyme d'opportunités à saisir. . . . . 2

De nouveaux modes de travail collaboratifs. . . . . 3

Remédier au gâchis de l'approche centrée sur le document . . . . . 5

Des technologies modernes et ouvertes qui s'adaptent à vos besoins (et non pas le contraire) . . . . . 6

Investissement massif dans le domaine R&D (Recherche et Développement) . . . . . 7

Définition de l'entreprise la plus apte à vous aider à devenir une entreprise collaborative . . . . . 7

Portez attention au changement de stratégie Lotus d'IBM. . . . . 8



## Faites entrer votre entreprise dans l'ère du Social Business.

Pourquoi les entreprises choisissent-elles les solutions IBM ?

# Introduction

**“Les entreprises qui sortent du lot sont à 57 % plus favorables à l’utilisation des outils sociaux et collaboratifs par leur personnel”.<sup>1</sup>**

La mondialisation s’accélère, et les entreprises tentent de répondre rapidement aux exigences des clients, de faire face aux menaces des concurrents et à l’évolution rapide des tendances.

Dans ce contexte, l’efficacité et la richesse des outils de collaboration jouent un rôle essentiel, qui engage l’avenir.

Toute la difficulté réside dans l’identification de la meilleure approche. Depuis plus de 20 ans, IBM occupe une place de leader en matière de collaboration, de création de solutions innovantes vendues aux plus grandes entreprises à l’échelle internationale. Le présent livre blanc vous aidera à mieux comprendre l’approche d’IBM en matière de Social Business et à voir comment IBM peut aider les entreprises à appliquer les outils de collaboration de façon innovante, pour garantir le succès de leur activité.

Source: IBM

---

## Le Social Business est synonyme d’opportunités à saisir

Nous sommes une véritable mine d’informations, allant des contenus aux opinions d’experts, en passant par les réseaux personnels ou professionnels. Les réseaux sociaux et les appareils mobiles ont connu une croissance fulgurante, qui a fait tomber les frontières entre les personnes. Celles-ci utilisent de plus en plus leurs relations avec les autres pour rechercher des informations aptes à les aider dans l’exécution de tâches de tout ordre. De nouvelles opportunités de croissance, d’innovation et de productivité sont apparues, qui encouragent employés, clients et partenaires à s’engager mutuellement et à établir des relations empreintes de confiance. Pour cela, les entreprises utilisent de nouveaux outils : des outils de collaboration, qui favorisent de nouveaux types d’interactions.

Ils transforment notre façon de travailler dans l’entreprise ; celle-ci devient une entreprise collaborative.

IBM aide les entreprises dans cette démarche, car le Social Business représente l’épine dorsale d’IBM. De nombreux fournisseurs n’ont répondu à cette tendance que récemment, en intégrant uniquement les fonctions de collaboration de base à leurs produits. Plus de 400 000 employés IBM utilisent les logiciels de collaboration IBM, qui les aident à mieux faire leur travail.

Les entreprises voient en IBM un partenaire fiable, possédant une expérience approfondie en matière d’outils sociaux et de solutions logicielles collaboratives. Il y a trois raisons à cela :

- Accent mis sur les nouvelles méthodes de travail et d’interactions, plus empreintes de social
- Solution pour remédier au gâchis causé par les approches collaboratives centrées sur les documents
- Utilisation de technologie ouverte, moderne, conçue pour évoluer en même temps que les besoins

**“Les personnes hautement spécialisées partagent leurs connaissances via des wikis, des blogs et des communautés. Pour la première fois de notre histoire, nous apprenons à vendre nos produits avec succès sur d’autres marchés.”**

—Gilberto Garcia, Directeur de l’Innovation, CEMEX

---

<sup>1</sup>“Working Beyond Borders: Informations collectées lors de l’étude “IBM Global Chief Human Resource Officer Study” (IBM Global Business Services), septembre 2010 (<http://www.ibm.com/services/c-suite/chro/study.html>).

# De nouveaux modes de travail collaboratifs

Pour optimiser l'efficacité des entreprises, de nouveaux modes de collaboration doivent être adoptés. Les solutions de collaboration IBM permettent de créer des modes de travail qui s'articulent autour des personnes en intégrant des composants communautaires à leurs manières de travailler.

Une approche centrée sur les utilisateurs met l'accent sur les personnes (leur identité, leur expertise, leurs centres d'intérêt, le contenu qu'elles ont créé, par exemple), éliminant les barrières qui les empêchent de contacter les bonnes personnes, d'obtenir les informations et les expertises appropriées, tout ce qui leur permettrait d'exceller dans leur domaine.

## Création d'"expériences exceptionnelles" pour les utilisateurs

L'adoption d'une approche centrée sur les personnes peut s'avérer très efficace et rentable si vous pensez à tout le temps perdu chaque jour dans les recherches d'informations ou d'expertises au sein de l'entreprise. Or, les produits du marché n'affichent pas tous une efficacité optimale en termes de recherche d'expertise, car ils ne sont pas intégrés aux méthodes de travail des entreprises. Pour accéder à ces solutions, les utilisateurs doivent recourir à une interface totalement séparée.

Par conséquent, avant de pouvoir collaborer, les personnes doivent souvent quitter l'application ou le processus en cours d'utilisation pour accéder à une interface utilisateur qu'ils connaissent moins. Ce n'est pas le cas des solutions IBM, qui créent une expérience de collaboration exceptionnelle grâce à l'incorporation des fonctionnalités sociales au sein des applications et des processus dont les utilisateurs se servent dans le cadre de leur travail quotidien. Par exemple, tous ceux qui utilisent le logiciel Microsoft Word ou une application de centre d'appels ou de force de ventes peuvent accéder directement à leurs réseaux professionnels depuis leurs applications, sans perdre le contexte de leur travail.

L'approche d'IBM permet d'accroître la productivité des salariés et d'accélérer le processus d'adoption, grâce aux atouts suivants :

- Ajout de nouvelles fonctionnalités sociales aux applications que les personnes savent déjà utiliser
- Recherches non limitées à des thèmes ou à des contenus, mais intégrant un étiquetage social qui permet d'optimiser les résultats
- Diffusion des connaissances des experts dans le domaine du processus exécuté (aide à la préparation d'une proposition commerciale, par exemple)

## Des réponses replacées dans leur contexte grâce aux outils sociaux d'analyse

Pour compléter les fonctionnalités sociales, les solutions IBM intègrent des outils sociaux d'analyse leaders sur le marché. Ces outils d'analyse tirent des conclusions à partir des différentes interactions et associations entre les thèmes et idées partagés par les utilisateurs. Ils rassemblent des informations via l'examen du contenu, des relations sociales et des interactions en présence, afin de créer des expériences personnalisées et des recommandations adaptées à chaque personne spécifique. Les outils sociaux d'analyse permettent d'aller plus loin en matière de collaboration : en effet, ils rendent les réseaux sociaux plus intelligents et renforcent leur valeur au fil du temps. Ils possèdent de nombreux atouts, et notamment :

- Réduction du "bruit" entraînant une distraction via le filtrage des informations inappropriées
- Optimisation des résultats grâce aux recommandations liées aux contenus et aux expertises appropriés
- Recherche d'expertise facilitée par le développement de réputations, qui permettent d'identifier les experts techniques

“Nous avons besoin d’un outil puissant capable de mettre en contact nos employés du monde entier. Nous avons choisi Lotus Connections, car ce logiciel constitue une plate-forme de collaboration extrêmement performante, qui va bien au-delà du simple partage de documents. De plus, il s’articule autour des personnes et non autour des projets ou des documents”.

– Michel Boreel, Directeur Technique, Groupe Sogeti

### **Pour être en contact, où que vous vous trouviez**

De nos jours, nous sommes très souvent en déplacement. Et avec l’explosion des SmartPhones, nous pouvons faire beaucoup plus de choses qu’auparavant.

Pour optimiser notre efficacité, nous devons disposer d’informations actualisées et accéder à des contenus et à des experts le plus facilement possible, où que nous soyons sur la planète.

Pour IBM, il n’existe pas de réponse standard aux besoins de mobilité. Nous offrons :

- Des plate-formes évolutives qui s’adaptent aux dispositifs mobiles, avec toutes les fonctionnalités

- Une interopérabilité au niveau des principaux types d’appareils (BlackBerry, Apple iPhone et iPad, Android, Nokia and Windows Phone)
- Des fonctions de sécurité performantes pour assurer la protection des informations

Par ailleurs, IBM a créé des fonctionnalités spécifiques qui augmentent la productivité et la simplicité :

- Recherches rapides d’une grande simplicité (listes de contacts et annuaires d’utilisateurs)
- Fonctions “Click to call” ou “Cliquer pour démarrer une conférence”.
- VoIP (Voice over Internet protocol)
- Applications personnalisées hors ligne
- Interface intuitive pour les opérations multitâches.

L’objectif consiste à optimiser la productivité et l’accessibilité via la création d’un environnement social innovant, accessible partout et totalement adapté aux besoins de chaque utilisateur.

Source: IBM

# Remédier au gâchis de l'approche centrée sur le document

Le partage des informations n'a jamais été aussi facile. Malheureusement, l'utilisation d'outils qui s'articulent autour de documents (c'est-à-dire conçus pour simplifier la création et l'échange de fichiers) a conduit à de nombreux problèmes.

## Suppression des silos d'informations redondantes

On constate fréquemment la présence de nombreux silos d'informations redondantes, qui foisonnent dans tous les secteurs de l'entreprise. Chaque silo concerne une équipe spécifique, ce qui rend ses informations opaques pour les personnes n'appartenant pas à l'équipe. De plus, cette approche centrée sur les documents a tendance à encombrer les espaces de stockage et à faire grimper les coûts d'administration. Les solutions IBM peuvent aider les entreprises à surmonter les obstacles liés à la collaboration (référentiels en silos) et à réduire les coûts. Voici comment :

- Vue intégrée des sites pour augmenter la visibilité à l'échelle de l'entreprise : les informations deviennent accessibles à tous.
- Mise à disposition de solutions centrées sur les personnes, qui créent des liens entre les personnes et les informations dont elles ont besoin, à l'aide de profils, de blogs, de wikis et d'autres fonctionnalités sociales. Ces artefacts sont visibles au-delà du site de l'équipe.
- Valorisation des personnes et de leur expertise, via la mise en place de nouveaux modes d'expression créatifs et via la simplification des recherches de personnes et de ressources (plutôt que de favoriser les approches de collaboration et de partage rigides).

## Contrôle de la prolifération des informations en double sur les sites

La quantité d'informations disponibles au sein des entreprises ne cesse de croître, à une vitesse impressionnante. Par conséquent, les approches traditionnelles de partage de documents ne font qu'aggraver les problèmes de stockage, de maintenance et de complexité liés à la création de copies et à la duplication de fichiers. Or, les outils

de collaboration IBM sont à même de résoudre ces problèmes, car ils permettent aux utilisateurs :

- de gérer activement les fichiers au sein de groupes étendus de personnes, à partir d'un emplacement centralisé, ce qui permet de diminuer la confusion au niveau des versions ;
- d'apporter des commentaires consultables par tous les membres (avec réponse et commentaire possibles) à partir d'emplacements centralisés hors des messageries et des logiciels de traitement de texte ;
- de classer les fichiers situés à certains emplacements par degré d'utilité et de pertinence (ce qui augmente l'efficacité des recherches) ;
- d'étiqueter les fichiers à des fins de recherche et de reconnaissance par les autres membres d'une entreprise.

## Allègement du fardeau de la gouvernance

La prolifération des sites peut rendre la gestion d'infrastructures très difficile et coûteuse. Par exemple, cela entraîne souvent la duplication de fichiers et de membres de sites. Par ailleurs, les sites inutilisés ("morts") risquent de rendre les informations obsolètes et d'entraver les recherches d'informations réalisées au sein de l'entreprise. Ces facteurs contribuent non seulement à créer un fardeau en termes de gestion informatique, mais aussi à détériorer l'expérience utilisateur (par exemple, si un utilisateur doit effectuer de multiples connexions pour accéder au contenu dont il a besoin).

L'approche IBM en matière de collaboration consiste au contraire à garder le contrôle de l'environnement de collaboration et d'éliminer les redondances de sites. En vous permettant d'accéder aux sites existants à partir d'un même emplacement, vous empêchez la prolifération et simplifiez la gestion des utilisateurs et des connexions. Enfin, l'approche IBM peut vous aider à optimiser l'expérience utilisateur en permettant aux personnes de rechercher et de partager des informations via une méthode unique, plutôt que de devoir les rechercher sur de nombreux sites différents.

Source: IBM

# Des technologies modernes et ouvertes qui s'adaptent à vos besoins (et non pas le contraire)

Alors que l'approche centrée sur les documents est en chute libre, les entreprises doivent pouvoir évoluer vers d'autres méthodes de travail, centrées sur les personnes. Malheureusement, certains fournisseurs préfèrent associer les fonctionnalités de collaboration aux outils de création et de gestion de documents traditionnels, pour que leurs clients continuent à utiliser leur plateforme centrée sur les documents. D'autres n'offrent que des outils à portée limitée, dont l'intégration et l'évolution représentent un coût élevé à l'échelle de l'entreprise. Pour IBM, les plateformes ouvertes constituent le meilleur choix pour les entreprises, car elles intègrent les outils traditionnels tout en étant capables d'évoluer et d'intégrer les exigences du futur.

“Nous avons contacté plusieurs fournisseurs, mais en fin de compte, nous avons décidé de faire affaire avec IBM, car nous avons obtenu, outre les mêmes options et fonctions et tout ce dont nous avons besoin, la solution LotusLive™ qui était la seule à nous offrir des comptes invités gratuits. Cette fonction est très importante pour nous, car nous sommes une petite entreprise, travaillant avec plus de 700 traducteurs et plusieurs centaines de clients répartis dans le monde entier, dont certains ne peuvent pas se permettre de payer un si grand nombre de comptes.”

—Sonja Kirschstein, Chef de projet, aatranslations

## Utilisation des plates-formes ouvertes pour éviter le verrouillage

Pour augmenter le retour sur investissement et garder le contrôle des coûts, les entreprises doivent recourir à des technologies complètes, facilement intégrables à leurs systèmes existants et offrant une grande souplesse en vue des changements à venir. Les solutions IBM sont construites sur une architecture ouverte qui offre un grand choix et une grande souplesse à long terme. Elles présentent les atouts suivants :

- Possibilité d'intégrer les fonctionnalités appropriées pour s'adapter aux besoins de l'entreprise
- Mises à niveau coûteuses évitées
- Tarification transparente, pour éviter les coûts cachés associés aux exigences minimales et aux éléments obligatoires

- Niveau élevé d'intégration, permettant d'exploiter au mieux vos équipements existants
- Création de systèmes personnalisés conçus pour prendre en charge les besoins spécifiques des utilisateurs

## Passage au cloud pour accroître l'avantage concurrentiel

L'évolution du Cloud Computing a fait naître de nouvelles opportunités, tant en termes d'économies que de développement de nouveaux modèles informatiques. Pour les entreprises qui cherchent à réduire leurs coûts et à optimiser leurs structures de coûts en fonction des fluctuations de l'activité, le cloud constitue une alternative aux approches standard. Il est avantageux, car il vous permet de diminuer le nombre d'équipements à gérer, tout en offrant aux employés un accès accru aux fonctions de collaboration. Le cloud présente d'autres avantages : économies de maintenance, de réparation et de consommation d'énergie potentiellement élevées ; réduction de l'empreinte carbone ; accélération des démarrages ; suppression des installations et mises à niveau compliquées ; support informatique réduit. IBM pense que les fonctionnalités des clouds hybrides et des solutions sur site offrent des options satisfaisantes pour les entreprises qui cherchent une réponse souple à leurs besoins de collaboration.

Les capacités de cloud IBM offrent des services essentiels au sein d'un environnement convivial, conçu de façon à offrir :

- Des fonctions intégrées de messagerie, de conférences Web, de réseaux sociaux et de collaboration, qui peuvent simplifier et optimiser les interactions quotidiennes avec les clients, les partenaires et les collègues, à tout moment, où que vous soyez
- Un modèle rentable permettant de réduire les coûts et d'accélérer les démarrages, d'éliminer les installations compliquées et de diminuer le support informatique sur site
- Des fonctions sécurisées, conçues pour assurer une bonne protection contre les vulnérabilités système et contre les intrusions
- Des services complets moyennant une facturation mensuelle unique, très compétitive
- Un accès invité offert

Source: IBM

# Investissement massif dans le domaine R&D (Recherche et Développement)

IBM développe des technologies nouvelle génération qui aident les clients à devenir des entreprises collaboratives, tout en faisant évoluer son portefeuille de produits existants. Nous avons investi massivement dans les travaux de Recherche et Développement concernant les services mobiles avancés et le développement de logiciels pour solutions mobiles. Le nouveau centre IBM Center for Social Software, ouvert en 2009, fait tomber les barrières technologiques et émerger les nouvelles idées grâce auxquelles les principaux problèmes de collaboration d'entreprise trouveront une solution.

Par ailleurs, le site Web IBM developerWorks®, qui a remporté de nombreuses récompenses, permet d'établir des interactions sociales entre huit millions de développeurs et d'informaticiens dans le monde entier. Quant aux rencontres IBM, régulières, elles permettent de mettre en relation des personnes issues d'entreprises différentes, pour faire germer de nouvelles idées. IBM occupe une place de pionnier en matière d'application de technologie Web 2.0 aux entreprises ; cette innovation est très appréciée par les clients du monde entier.

Source: IBM

## Définition de l'entreprise la plus apte à vous aider à devenir une entreprise collaborative

Les grandes entreprises, où qu'elles se trouvent dans le monde, ont fait d'IBM depuis des décennies leur fournisseur logiciel préféré, en raison de sa stratégie consistant à aider les personnes à travailler plus intelligemment. A l'heure actuelle, plus d'un tiers des entreprises classées dans le Fortune Global 100 ont acheté des solutions de collaboration auprès d'IBM (logiciels Lotus). IBM se démarque par les caractéristiques suivantes :

- Innovation en matière d'utilisation d'outils de collaboration
- Adoption d'une approche de la collaboration intuitive, centrée sur les personnes, et non sur les documents comme c'était le cas auparavant
- Utilisation de technologies modernes et ouvertes, prenant en charge des solutions qui peuvent être adaptées aux besoins spécifiques des entreprises.

IBM fait évoluer les méthodes de travail en les rendant empreintes de social, tandis que d'autres fournisseurs se contentent d'ajouter des fonctions supplémentaires, en oubliant de transformer la façon dont l'activité est exécutée au sein des entreprises.

Vous qui cherchez à emprunter le chemin de l'entreprise collaborative, laissez IBM transformer cet essai en franc succès.

### Pour plus d'informations

Pour en savoir plus sur les solutions IBM destinées aux entreprises collaboratives, contactez votre représentant ou partenaire commercial IBM, ou visitez le site : [ibm.com/social](http://ibm.com/social)

En outre, les solutions de financement proposées par IBM Global Financing peuvent vous permettre de réaliser une gestion efficace de votre trésorerie, de vous protéger contre l'obsolescence technologique, d'accroître votre coût total de possession et votre retour sur investissement. Les services GARS (Global Asset Recovery Services) peuvent également vous aider à répondre à vos besoins en matière d'environnement grâce à de nouvelles solutions dont la consommation d'énergie est optimisée. Pour plus d'informations sur IBM Global Financing, visitez le site : [ibm.com/financing](http://ibm.com/financing)

Source: IBM

# Portez attention au changement de stratégie Lotus d'IBM

Les clients d'IBM (de même que ceux qui ne le sont pas) ont besoin de comprendre les changements stratégiques les plus importants qui affectent leur stratégie vis-à-vis des logiciels, vue sous le prisme du Lotusphere 2011 d'Orlando. IBM y a présenté sa nouvelle stratégie transverse articulée et la façon dont son SBF (Social Business Framework) peut aider sa mise en action.

## Points clés

- En décloisonnant le marché du logiciel, IBM devrait aider les entreprises à accroître leur valeur.
- En axant la stratégie commerciale d'une solution orientée sur les bénéfices autour des cadres fonctionnels (hors informatique) tels que les responsables marketing (CMO), développement produits et RH, IBM tente de transformer son activité.
- En cherchant à intégrer Exchange, Outlook, SharePoint et une vaste gamme d'autres outils par le biais de son SBF, IBM veut dépasser les batailles du passé portant sur le produit.
- Une stratégie, quelle qu'elle soit, n'est valable que si elle est réalisable, et c'est donc quelque chose dont IBM doit prouver la faisabilité.

## Recommandations

- Comprendre les éventuelles solutions de Social Business qu'IBM est susceptible d'essayer de vendre à vos cadres marketing, ventes, RH et développement produits. Faire participer l'informatique au dialogue pour devenir partie prenante de la recherche d'une solution en se concentrant sur les avantages pour l'entreprise (et non les outils) et les mesures de la réussite convenues d'un commun accord.
- L'objectif ciblé doit être les avantages pour l'entreprise, et non la conformité architecturale ou la simplification de l'infrastructure. Rechercher différentes approches avec plusieurs fournisseurs pour fournir la solution d'entreprise la plus proche.
- Éviter de s'approvisionner auprès d'un seul fournisseur dans cet espace. Le transfert global de nouvelles technologies dans des domaines neufs comme le Social business est le plus souvent un indice de déception et d'échec, et non de réussite.

- L'hétérogénéité aide l'entreprise à apprendre et à rester agile. Une fois que la solution aura rencontré de nombreux succès, il faut alors examiner comment simplifier le rôle de la structure informatique.

## ANALYSE

Cette étude relève quelles sont les bonnes mesures prises par IBM, les défis auxquels l'entreprise doit faire face, les résultats attendus de ces efforts et ce que les utilisateurs devraient faire à ce sujet. Nous ne couvrons pas dans cette étude toutes les annonces et activités d'IBM, mais uniquement les principaux axes stratégiques exposés à Lotusphere 2011. Une autre étude Gartner traite des autres aspects de Lotusphere (voir Remarque 1).

### Remarque 1

Autre étude associée à Lotusphere 2011

« Notes and Domino Next: a Glimpse Into IBM's Collaboration Future »

« Lotusphere 2011: The View Through WebSphere Portal »

## Ce qu'IBM fait comme il faut

**Proposer un nouvel environnement social utilisateur potentiellement incontestable et l'optimiser sur tous les secteurs d'activité logiciels.** IBM est en train de bâtir un nouvel environnement social utilisateur (un surensemble de Connections) pour fournir des flux d'activités, des recommandations sociales, ainsi que d'autres fonctions ébauchées en 2010 dans le cadre de son « Projet Vulcan ». (Vulcan n'est pas un produit, c'est un programme de développement pour la technologie de produit vectoriel).

Plusieurs activités logicielles IBM ont demandé à l'entreprise (comme elles l'avaient déjà fait auparavant) d'ajouter des fonctions sociales (comme celles que l'on trouve dans IBM Connections) à leurs outils pour la gestion de contenus, le développement d'applications, la veille économique et l'analyse des performances, par exemple.

**Création et exécution de nouvelles stratégies globales et de marque.**

IBM a mis en œuvre les initiatives suivantes :

- Redéfinition de l'argumentaire de vente fondamental (depuis des outils sociaux et



collaboratifs à des résultats fondés sur les réseaux sociaux).

- Ciblage d'un ensemble spécifique d'acheteurs (marketing, ventes, développement de produits et de services et RH).
- Nouvelles stratégies de marque pour les familles de produits logiciels IBM (nous pensons que les marques individuelles telles que Lotus, Tivoli et Rational vont décliner au cours des 2 à 5 prochaines années au profit de la marque « IBM Software »).
- Association de Social Business et de la stratégie « Smarter Planet » pour optimiser la synergie entre le marketing des campagnes IBM Software menées par Lotus et la campagne de marketing IBM dans son ensemble.

**Relèvement de son profil concurrentiel dans les services cloud.** Selon les clients de Gartner, IBM commence à acquérir une certaine visibilité pour ses services cloud collaboratifs et sociaux LotusLive. Bien que la notoriété spontanée de ces produits s'améliore, ce ne sont pas les plus fréquemment cités par les clients de Gartner.

Au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2011 et au-delà, les mises en œuvre hybrides (sur site et cloud) deviendront un concept de vente incontournable, même si dans la plupart des entreprises – nous l'anticipons – le volume hybride sera bien inférieur à ce qu'il est aujourd'hui. IBM et Microsoft proposent des options hybrides, mais pas Google.

Les offres LotusLive sont à l'heure actuelle, semble-t-il, les meilleures de leur catégorie dans certains domaines. Par exemple, avec LotusLive Domino Utility Services, les clients peuvent exécuter toutes les applications Domino dans le cloud IBM. Les services cloud Microsoft sont plus restrictifs sur les applications personnalisées (mais les plateformes sont différentes).

Nous pensons que les applications Web cloud pour les fonctions courantes de bureautique vont devenir une destination importante pour un sous-ensemble d'utilisateurs dans de nombreuses entreprises. En effet, les entreprises réfléchiront à deux fois à ce qu'elles souhaitent réellement installer sur les périphériques utilisateurs et comment réduire les coûts en passant à des modèles plus radicaux de segmentation d'utilisateurs. Les exemples les plus frappants sont Microsoft Office Web Apps, Google Docs et LotusLive Symphony d'IBM. Les applications

IBM proposent davantage de coordination et de collaboration que celles de Google, qui elles-mêmes sont plus performantes que Microsoft.

**Concentration sur des solutions uniques à valeur ajoutée évoluant dans un cadre ouvert qui distingue la valeur ajoutée propre à IBM des produits et des forces de la concurrence.** IBM a présenté un nouveau cadre technique, appelé SFB pour Social Business Framework, qui associe les capacités à valeur ajoutée, uniques et haut de gamme d'IBM aux composants universels utilisant, pour la plupart, les standards ouverts de l'industrie. Pour les développeurs en particulier, l'adoption par IBM d'OpenSocial, de HTML5 et d'autres normes de ce type s'avère une décision importante.

IBM se positionne également en leader du développement des normes de flux d'activités, qui pourraient accélérer l'évolution de la collaboration de prochaine génération et les technologies d'espace de travail.

L'entreprise s'est adaptée à la prédominance des systèmes de courrier électronique Microsoft, avec une approche marketing qui allie adoption et extension, et inclut Exchange et les autres « outils universels » (terminologie IBM) dans son nouveau SBF.

LotusSymphony propose des modules de productivité basés sur le Web et dotés de quelques unes des meilleures caractéristiques de la catégorie.

IBM a également encouragé l'utilisation d'outils tels que le Group Business Software Transformer pour accélérer l'évolution de la logique client Notes vers un code basé sur le serveur, de sorte que les clients puissent réduire leur dépendance vis-à-vis des applications côté client. Ce positionnement est susceptible d'affecter le chiffre d'affaires d'IBM à court terme, mais sur le long terme, tout le monde est gagnant et cela pourra rejaillir sur le profil des services cloud d'IBM.

### Les défis d'IBM

Tout le monde peut s'inspirer de la stratégie, comme indiqué dans les nombreuses excellentes offres incluses dans trois des Magic Quadrants de réseau social de Gartner.

IBM n'est pas le seul leader technologique, mais la différenciation d'IBM se fera grâce à la manière dont l'entreprise mettra en œuvre sa stratégie. Une stratégie de solution efficace nécessite bien plus que des outils logiciels. À l'heure actuelle, IBM cherche à vendre à bon prix ses produits, par exemple, aux

responsables marketing. Cela prendra du temps pour qu'IBM se repositionne sur un marché extrêmement concurrentiel. Une formation à la vente et les systèmes d'incitation seront essentiels, tout comme la synergie déployée dans tous les efforts de marketing IBM.

Un autre facteur important est le développement d'un « écosystème » d'intégrateurs, notamment pour les entreprises employant moins de 10 000 personnes (les liens d'IBM sont plus forts avec les grands comptes) et les agences de marketing (essentiel pour un zoom sur une expérience client).

IBM a quatre défis clés à relever :

- **Soutenir et développer l'initiative.** La réussite exige trois à cinq ans d'efforts soutenus. IBM s'est débarrassé de son stimulateur de ventes, le « Collaboration Agenda » présenté en 2010 (voir Remarque 2) au Lotusphere 2011 et nous serons curieux de voir si l'entreprise va encore remplacer sa stratégie Social Business en 2012. Elle doit démontrer sa capacité à ne pas se disperser et à durer. L'expérience est importante (comme dans l'immense expérience interne d'IBM dans l'usage d'outils sociaux), mais s'appuyer essentiellement sur les ventes et services d'IBM n'offrira pas une échelle suffisante à IBM pour optimiser sa réussite sur le marché auprès des plus grandes entreprises mondiales et ne permettra pas de développer l'écosystème étendu dont l'entreprise a besoin pour dimensionner cet effort.
- **Convaincre les acheteurs et les partenaires, surtout à la lumière de la concurrence venant d'acteurs établis et émergents.** Les entreprises qui se sont récemment détournées de la messagerie Lotus Notes seront les plus difficiles à convaincre. La refonte de l'identité (pour IBM Software) aidera, ainsi que le changement du marché ciblé et l'évolution de la stratégie commerciale. À court terme, ceux qui utilisent encore la messagerie Notes, ceux qui l'ont remplacée il y a plus de cinq ans et ceux qui ne l'ont jamais employée sont plus susceptibles d'être réceptifs aux produits de la marque Lotus. Il s'agit d'un marché non négligeable, mais plus petit que l'ensemble du marché. Microsoft SharePoint est un ensemble de technologies directement concurrent d'IBM dans le cadre de cette initiative. Il est probable que les experts SharePoint (et les tiers de l'écosystème SharePoint) soient directement en concurrence. Alors que la stratégie d'IBM est de ceinturer SharePoint, à un moment donné, SharePoint et ses extensions, se rapprocheront de plus en plus de ce qu'IBM tente d'atteindre. Selon nous, la différence se jouera essentiellement sur la façon dont IBM réussira à vendre ses solutions de Social Business à des cadres dirigeants – et c'est là où IBM a besoin d'un écosystème puissant.
- **Révolutionner la politique et la culture interne fondées sur un produit ancien, ainsi que et l'orientation de la marque, afin d'élargir les perspectives.** Pour réussir, IBM doit éviter un certain nombre d'extrêmes. Si elle retombe dans le marketing produits, elle relancera les vieilles guerres de produits – un espace dans lequel elle ne trouvera pas les marges qu'elle souhaite. En outre, même si cela peut paraître sympathique de vouloir apporter des changements structurels et fondamentaux à ses clients, cela pourrait réduire considérablement les opportunités sur le marché. Tout le monde n'est pas prêt à entendre (comme l'a déclaré IBM) que les « entreprises socialement synergiques » remplaceront bientôt les entreprises organisées hiérarchiquement. La synergie sociale doit être une partie intégrante de toute solution de Social Business.
- **Devancer l'impact du marché et l'attente de la consomérisation.** Au cours des 10 dernières années, les préférences de l'utilisateur pour des biens et des services de base ont fortement influencé les décisions d'investissement (et de désinvestissement) dans l'informatique avec pour conséquence, dans de nombreux cas, le déclassement des produits IBM. IBM vise à neutraliser l'impact de la consomérisation en se concentrant sur la vente de stratégies de solution d'entreprise de grande valeur à des cadres dirigeants dans des domaines tels que le marketing, le développement produits et les RH. Le *Social Business Framework* d'IBM renvoie à la croyance selon laquelle il peut intégrer la plupart des offres le cas échéant. Cela signifie qu'entre le cadre, l'objectif de haute valeur et l'acheteur cible, IBM considère que la consomérisation sera moins problématique qu'auparavant. Si IBM a raison, en ce qui concerne sa capacité à adopter les technologies de consommateurs préférées des utilisateurs, elle peut encore fournir des solutions de grande valeur, et elle est donc sur la bonne voie. Toutefois, adopter toutes les offres de consommateurs, quelles qu'elles soient, sera difficile : en partie parce que les adaptations sur mesure sont plus complexes que les logiciels du commerce, mais également



parce que cela augmente les coûts d'IBM. C'est pourquoi nous classons ce domaine comme un défi permanent pour IBM.

### Remarque 2

La stratégie Social Business d'IBM est meilleure que son Collaboration Agenda

Le Collaboration Agenda (CA) d'IBM était le thème commercial lancé à Lotusphere 2010. Le CA était destiné à des outils plus ciblés et notre opinion est que Lotus n'en a pas suffisamment fait pour motiver les développeurs, les clients ou toute autre partie prenante à agir (nous avons publié une étude sur ce problème après Lotusphere 2010).

Google, par exemple, n'a rapporté que 332 instances sur le Web pour le terme « IBM Collaboration Agenda » au cours des 12 derniers mois. À Lotusphere 2011, un des rares endroits où le CA a été trouvé était parmi les cadeaux annuels.

Au cours de la même période, Google a trouvé l'occurrence « IBM Social Business » dans 305 000 pages environ. Social Business est axée sur la vente de solutions et est associée également à l'initiative « Smarter Plant » d'IBM.

### Quelles sont les attentes ?

Aujourd'hui, IBM fait ce qu'il faut – beaucoup plus que dans un passé récent. Il ne faut pas pour autant crier victoire, car les risques et les défis demeurent. IBM essaie d'axer davantage ses priorités sur les solutions plutôt que sur les logiciels. D'une certaine façon, elle devient une entreprise « d'applications », en offrant, dès que possible à ses clients des adaptées.

Cette démarche est un principe fondamental de la stratégie d'IBM depuis des dizaines d'années et pour IBM Software depuis de nombreuses années, tout au moins depuis le lancement de l'architecture orientée services en 2003. Ce qui est nouveau aujourd'hui, c'est qu'IBM l'applique de façon agressive à l'espace des outils sociaux et collaboratifs, en se concentrant sur les cas d'utilisation, les résultats de l'entreprise et les nouveaux acheteurs.

Gartner surveillera et recherchera les indicateurs clés portant sur les ventes, le développement des écosystèmes, l'engagement client et de nouvelles victoires. Nous observerons également si IBM

retient agressivement ses clients Lotus existants et les entraîne dans un rôle qui permettra à IBM d'augmenter ses ventes et de profiter des avantages de cette nouvelle approche, ce qui implique qu'IBM a plus à faire aujourd'hui par rapport à tout ce qui a été fait précédemment.

IBM peut réussir, tout comme ses clients. Étant donné que nous observons les efforts des solutions de Social Business à un stade relativement précoce (moins de 10 % des entreprises ont investi massivement), elle paie pour expérimenter et se diversifier.

### Ce qu'il faut faire

Comprendre la démarche d'IBM et les solutions Social Business qu'elle peut essayer de vendre à des cadres en marketing, ventes, RH et développement produits. Rencontrer en privé ces personnes ou leurs équipes pour mieux comprendre leurs besoins et savoir comment ils se positionnent par rapport à différents cas d'utilisation et valorisent les propositions – devenir une pièce indispensable du dialogue. N'attendez pas que l'entreprise soumette des demandes pour devancer les démarches en initiatives sociales.

Pour tous les projets importants, désigner les autres fournisseurs de service qui pourraient également proposer des offres. Il s'agit moins d'un contrôle de l'architecture technique qu'une préoccupation de diligence raisonnable.

Éviter de trop concentrer ses achats sur IBM ou tout autre fournisseur. Les fournisseurs souhaitent toujours que leurs clients déploient leur technologie comme une infrastructure essentielle pour chacun, dans le cadre d'un projet plus ciblé. IBM n'est pas une exception. Lorsqu'une solution d'entreprise sociale spécifique est en cours d'étude, faites en sorte de contenir la portée du projet à ce qui est essentiel pour fournir 90 % de la valeur du projet.

Accepter l'hétérogénéité dans des marchés relativement jeunes comme celui-ci. Les technologies sociales ne sont pas largement déployées dans la plupart des entreprises, c'est pourquoi il faut envisager des technologies différentes et des fournisseurs de services différents pour des projets différents. Dès qu'un modèle de réussite clair émerge des projets, il faut alors lentement prendre la mesure de l'hétérogénéité technique pour accroître les avantages utilisateurs tout en contenant les coûts de fonctionnement informatiques.

Source: Gartner Research Note G00211096,  
Tom Austin, 9 mars 2011



© Copyright IBM Corporation 2011

Tous droits réservés

IBM, le logo IBM, Lotus, Lotus Notes, Notes, Sametime, UC<sup>2</sup> et WebSphere sont des marques d'International Business Machines Corporation, aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.

Microsoft est une marque de Microsoft Corporation, aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.

Linux est une marque déposée de Linus Torvalds, aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les autres noms de société, de produit ou de service peuvent être des marques ou des marques de service de tiers.

Les informations contenues dans ce document sont fournies à des fins d'information uniquement. En dépit des efforts qui sont mis en oeuvre pour vérifier l'exhaustivité et l'exactitude de ces informations, celles-ci sont fournies EN L'ÉTAT, sans garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite. Par ailleurs, elles reposent sur les programmes et les stratégies produit actuels d'IBM, lesquels peuvent être modifiés sans préavis. IBM ne saurait être tenu responsable des dommages résultant de l'utilisation de cette publication ou de tout autre document (ou qui leur sont associés de façon quelconque). Les informations contenues dans cette publication ne constituent aucune garantie ou recommandation de la part d'IBM, de ses fournisseurs ou de ses concédants de licence, et ne modifient en rien les termes et conditions des contrats de licence actuellement en vigueur qui régissent l'utilisation des logiciels IBM.

Les références à des produits, programmes ou services IBM citées dans ce document n'impliquent pas leur commercialisation par IBM dans tous les pays où IBM est présent. Les dates de disponibilité et/ou les fonctionnalités produit mentionnées dans ce document sont laissées à la seule discrétion d'IBM, qui se réserve le droit de les modifier à tout moment en fonction des opportunités commerciales ou d'autres facteurs, et ne constituent en aucun cas un engagement de la part d'IBM quant à la disponibilité future de ses produits ou fonctionnalités.

---

Faites entrer votre entreprise dans l'ère du Social Business. est publié par IBM Lotus. L'éditorial fourni par IBM Lotus est indépendant de l'analyse de Gartner. Toutes les études Gartner sont © 2011 par Gartner, Inc. Tous droits réservés. Tous les contenus Gartner sont utilisés avec l'autorisation de Gartner. L'utilisation ou la publication des études Gartner n'implique pas l'approbation de Gartner des produits et/ou des stratégies de IBM Lotus. Toute reproduction ou diffusion de cette publication sous quelque forme que ce soit, sans autorisation préalable, est interdite. Les informations contenues dans le présent document proviennent de sources réputées fiables. Gartner décline toute responsabilité concernant l'exactitude, l'exhaustivité ou la pertinence de ces informations. Gartner décline toute responsabilité en cas d'erreurs, d'omissions ou d'insuffisances dans les informations fournies dans ce document ou pour leurs interprétations. Les opinions exprimées dans ce document peuvent faire l'objet de modifications sans préavis. Même si les études de Gartner abordent des questions juridiques, Gartner ne fournit aucun conseil ou service juridique et ses études ne doivent pas être interprétées ou utilisées dans cette optique. Gartner est une société anonyme et ses actionnaires peuvent être des entreprises et des fonds ayant des intérêts financiers dans des entités couvertes par les études de Gartner. Le Conseil d'administration de Gartner peut inclure des cadres dirigeants de ces entreprises ou fonds. Les études de Gartner sont produites indépendamment par son organisme d'étude sans apport ou influence de ces entreprises, de ces fonds ou de leur direction. Pour obtenir plus d'informations sur l'indépendance et l'intégrité des études de Gartner, veuillez consulter en anglais les Principes directeurs sur l'indépendance et l'objectivité (Guiding Principles on Independence and Objectivity) sur le site Internet : [http://www.gartner.com/technology/about/ombudsman/omb\\_guide2.jsp](http://www.gartner.com/technology/about/ombudsman/omb_guide2.jsp)