

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



La mobilité présente des opportunités pour les entreprises, mais comporte aussi son lot de défis pour les Directeurs des Systèmes d'Information (DSI). Quelles sont ces nouvelles opportunités ? Il s'agit principalement de nouvelles capacités et de nouvelles applications. Elles vont s'intégrer aux modèles d'entreprise et en redessiner les formes, améliorer des éléments comme la productivité des salariés, la collaboration, les relations clientèle et les programmes de fidélisation. Quant aux défis qui attendent les DSI, ils concernent principalement l'approvisionnement, la sécurité et la gestion de ces éléments.

Tendances liées à la mobilité d'entreprise

A l'heure actuelle, les tendances en matière de mobilité s'articulent autour des nouvelles technologies, des communications mobiles massivement utilisées par les personnes de 15 à 30 ans, de l'adhésion progressive des personnes situées en bas de la pyramide socio-économique et des exigences du marché, en constante évolution. Dans le domaine technologique, les appareils mobiles deviennent de plus en plus sophistiqués, et offrent aux utilisateurs finaux (professionnels et grand public) des capacités Internet, voix, e-mail, discussions, jeux, télévision, paiement des factures, lecture de code-barres, entre autres. Le tout est proposé à des prix de plus en plus bas ; les téléphones intelligents (smartphones) deviennent donc une réelle alternative à l'ordinateur. Aussi important que les téléphones intelligents, citons les capacités réseau qui les sous-tendent (large bande passante à faible coût avec accès TCP/IP sans fil).

Avantages de la mobilité d'entreprise

La mobilité d'entreprise peut profiter aux environnements B2E (Business-to-Employee), B2B (Business-to-Business) et B2C (Business-to-Consumer). Elle peut augmenter la productivité d'une entreprise, optimiser ses opérations logistiques, renforcer la relation clientèle et rationaliser la gestion de la chaîne d'approvisionnement. Ces nouvelles applications mobiles fournissent aux

services commerciaux des informations actualisées sur les clients, et permettent aux équipes terrains d'accroître leur efficacité. En permettant aux employés de travailler où qu'ils se trouvent, les entreprises peuvent par la même occasion diminuer les émissions de dioxyde de carbone. En environnement B2C, les entreprises peuvent même vendre leurs produits directement par téléphone portable. Dans d'autres domaines, les informations de localisation fournissent aux entreprises un lien plus fort avec leurs clients. En effet, savoir où se trouve le téléphone portable d'un utilisateur et ce que fait ce dernier présente un atout concurrentiel évident : cela permet de déterminer la façon dont l'entreprise doit lui présenter ses produits et services.

Le défi de la mobilité

La mobilité ouvre de nouvelles perspectives pour les entreprises, mais malheureusement le chemin est pavé d'embûches. Tout d'abord, il s'agit de développer une stratégie en matière de mobilité d'entreprise. Le deuxième défi consiste à déterminer le mode de gestion, de mise en œuvre et de sécurisation des nouvelles technologies sur la vaste gamme d'appareils et pour le grand nombre d'opérateurs présents sur le marché. Enfin, les entreprises doivent déterminer quels appareils mobiles sont les plus appropriés pour tel ou tel type d'employés. Le défi à relever consiste à fournir aux employés les appareils mobiles dont ils ont besoin dans le cadre de leurs fonctions, sans dépenses excessives en produits de communication.

Perspectives

La croissance de la mobilité est nourrie par l'avènement des codes sources libres (open source) et des nouvelles applications. Mais les fournisseurs de services Internet et les fournisseurs de services informatiques, motivés par les belles opportunités de croissance qui se profilent à l'horizon des technologies mobiles, cherchent à exploiter pleinement l'ouverture qui les caractérise. Ils veulent voir apparaître des applications ouvertes, sur des appareils ouverts, pour des services ouverts et au sein de réseaux tout aussi ouverts.

L'aide apportée par IBM

IBM est la principale entreprise du marché de la mobilité d'entreprise : elle offre une technologie nouvelle génération, ainsi que des solutions de communications ; elle développe également des solutions de mobilité. Ces solutions IBM génèrent de la valeur ajoutée pour les clients, car elles augmentent la productivité des utilisateurs finaux via l'accès en tout lieu, avec tout appareil, aux applications et aux données stratégiques de l'entreprise. Tous les laboratoires de recherche IBM participent aux travaux de recherche et développement sur les nouvelles plateformes mobiles destinées au Web. Par ailleurs, IBM a lancé l'initiative World Development (Développement pour tous) dans le but d'augmenter le niveau de vie des personnes les plus défavorisées au monde, via le recours à des solutions de mobilité commercialement viables.

Pour plus d'informations

Pour en savoir plus sur la collaboration entre IBM et les entreprises du monde entier, établie dans le cadre du développement et de la mise en œuvre de programmes de mobilité d'entreprise, contactez votre représentant IBM ou votre Partenaire Commercial IBM. Pour connaître la position d'IBM en matière de communications sans fil et de mobilité ainsi que les perspectives qui se profilent dans ces domaines, visitez le site :

ibm.com/cio

Vous pouvez également compter sur IBM Global Financing pour élaborer une solution de financement totalement adaptée à vos besoins informatiques. Pour plus d'informations sur les prix, sur les plans de paiement et les solutions de crédit, ainsi que sur les rachats et les mises au rebut d'équipements, visitez le site :

ibm.com/financing



Sommaire

- 4 [La révolution de la mobilité](#)
- 5 [Tendances liées à la mobilité d'entreprise](#)
- 8 [Avantages de la mobilité d'entreprise](#)
- 9 [Le défi posé par la mobilité](#)
- 11 [Perspectives](#)
- 13 [L'innovation par l'exemple](#)
- 15 [Pour plus d'informations](#)

La révolution mobile

A cet instant précis, quelque part sur la planète, un acheteur utilise de son téléphone mobile pour vérifier le solde de sa carte de crédit. Au même moment, un dirigeant se sert de son PDA pour répondre à un appel d'offre, un adolescent découvre de nouvelles publicités sur la TV mobile et enfin, un officier de police envoie un rapport d'incident électronique.

« Aucun homme n'est une île », pour citer une célèbre méditation de John Donne, remontant à presque 400 ans. Mais ni le poète ni nos grands-parents n'auraient pu croire, même en rêve, au foisonnement de technologies mobiles qui ont maintenant envahi les connexions à l'échelle mondiale : connexions de personne à personne, de gouvernement à citoyen, d'entreprise à employé, à client ou à partenaire.

A l'heure actuelle, les yeux sont rivés vers une possible intégration de tous les appareils mobiles, réseaux et données, qui permettrait aux entreprises, aux services publics et aux consommateurs de réaliser des transactions à n'importe quel moment, quel que soit le lieu où ils se trouvent. IBM prévoit que le téléphone intelligent (ou smartphone) représentera bientôt l'appareil mobile par excellence, le couronnement de la notion de mobilité d'entreprise. Pour les Directeurs des Systèmes d'Information, le succès du smartphone signifie aussi bien opportunités à saisir que défis à relever. Opportunités à saisir, car grâce aux nouvelles applications et fonctionnalités qui redéfiniront les modèles d'entreprise et accentueront la collaboration, les relations clientèle et les programmes de fidélisation seront renforcés. Défis à relever, car cette explosion du smartphone entraînera des problèmes de d'approvisionnement, de gestion continue du parc d'appareils et par dessus tout, de sécurité.

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités

C'est tout cela, la révolution mobile ! L'activité des entreprises est en train de passer du mode électronique (commerce et achats en ligne) au mode mobile (commerce et achat mobiles). De nouvelles applications mobiles sont développées, afin de répondre aux exigences de gestion des forces de vente et d'optimisation du commerce. Les entreprises souhaitent également diminuer leurs coûts de communication et en améliorer l'efficacité. Elles cherchent dans le même temps à accroître la productivité de leurs employés et à générer à terme une véritable valeur ajoutée. Dans ce contexte, la mobilité est utilisée pour répondre à ces objectifs. Elle s'appuie pour cela sur la notion d'excellence, via une gestion efficace des personnes, des processus et des technologies. Mais les atouts de la mobilité d'entreprise ne s'arrêtent pas là : elle peut aussi aider les entreprises à modifier rapidement leurs processus et leur infrastructure, pour saisir les opportunités au moment où elles se présentent.

Au service de ceux qui en ont le plus besoin

Les technologies mobiles représentent une nouvelle plateforme intéressante pour les couches de la population défavorisées, qui souhaitent accéder aux programmes gouvernementaux, ainsi qu'aux biens de consommation et aux services. En Inde, qui affiche des taux d'analphabétisation élevés, une plateforme mobile permet de partager les informations officielles et les données des fournisseurs de services parmi les villageois, grâce aux technologies voix. Au Kenya, un projet a été développé pour permettre les virements de téléphone portable à téléphone portable. Avant cela, le nombre insuffisant d'agences bancaires dans les zones rurales ne permettait que difficilement d'effectuer des virements.

Tendances liées à la mobilité d'entreprise

L'émergence de nouvelles technologies, l'adhésion des 15-30 ans et le ralliement de la population située en bas de la pyramide socio-économique constituent les tendances actuelles en matière de mobilité. Dans le domaine technologique, les appareils mobiles deviennent de plus en plus sophistiqués, et offrent aux utilisateurs finaux (professionnels et grand public) des capacités Internet, voix, e-mail, discussions, jeux, télévision, paiement des factures, lecture de code-barres, entre autres. Le tout est proposé à des prix de plus en plus bas ; les téléphones intelligents (smartphones) deviennent donc une réelle alternative à l'ordinateur. Aussi important que les téléphones intelligents, citons les capacités réseau qui les sous-tendent (large bande passante à faible coût avec accès TCP/IP sans fil, tant sur Internet que via les intranets d'entreprise). La génération des 15-30 ans est peut-être celle qui est la plus consciente de l'importance de ces avancées. Ces personnes nées entre 1979 et 1994 constituent une cible unique, tant en termes de consommateurs que d'employés. En effet, elle communique principalement via des appareils sans fil et utilise ces mêmes appareils pour ses loisirs. Elle souhaite donc tout naturellement que leurs employeurs adoptent des solutions de technologie mobile.¹

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



L'univers technologique des 15-30 ans est bien loin de l'univers des populations situées en bas de la pyramide socio-économique . Elles représentent le groupe socio-économique le plus peuplé de la planète, mais également le plus pauvre, avec un revenu de moins de 3 euros par jour. Elles représentent de grandes parties du continent africain, ainsi que l'Inde et l'Asie. Dans ces régions, l'utilisation d'appareils sans fil permet de développer le commerce, les soins et d'autres services dans des zones qui n'ont jamais bénéficié de la technologie sans fil. Celle-ci constitue donc la base des infrastructures de communications. Nulle part ailleurs, le potentiel de croissance du commerce n'est aussi important qu'ici. Selon le World Resource Institute, ces populations représentent un marché de commerce en ligne de 3,5 trillions d'Euros.² Les tendances correspondantes se classent en trois catégories : Business-to-Employee (B2E), Business-to-Business (B2B) et Business-to-Customer (B2C). Les employés mobiles sont de plus en plus nombreux, principalement dans le domaine des services, de la santé, des utilitaires et de la logistique. Le téléphone intelligent (smartphone) devient LE terminal mobile de ces professionnels. Il augmente leur productivité et leur permet de rester en contact avec leurs clients, tout en bénéficiant des mêmes capacités que sur ordinateur. Les entreprises peuvent ainsi gérer en même temps leurs employés mobiles et les opérations métier dans leur ensemble. Une récente étude menée par Datamonitor indique que la demande de solutions mobiles d'entreprise va connaître une croissance constante jusqu'à 2012, avec des pics signalés dans les régions Europe occidentale et Asie-Pacifique³. L'automatisation des forces de vente et les outils logiciels de gestion des relations clientèle commencent à disposer d'une version mobile. Ces applications permettent aux commerciaux et aux équipes de terrain de gérer les informations sur les clients et les interactions correspondantes, où qu'ils se trouvent. Elles permettent notamment d'effectuer la saisie de commandes, la gestion des demandes des clients et la gestion des offres spéciales.

Les initiatives mobiles améliorent les soins prodigués aux patients

Un hôpital italien souhaitait acquérir des services de santé mobiles à la pointe de la technologie dans le but d'améliorer les communications et la collaboration entre les praticiens et les autres membres du personnel de l'hôpital. L'objectif consistait à offrir un accès plus rapide aux informations stratégiques et donc d'améliorer les soins prodigués aux patients. IBM a conçu et mis en place une nouvelle infrastructure réseau IP comprenant un réseau hospitalier sans fil, une téléphonie IP et des téléphones intelligents (smartphones). Résultat ? Les documents papier ont pratiquement disparu de l'hôpital. Les échanges d'informations sont synchronisés entre le personnel et les systèmes centraux. Les professionnels de l'hôpital bénéficient d'un accès rapide aux données et aux applications, grâce à l'infrastructure sans fil (qui concerne les équipements médicaux comme les PC ultra-portables).

Des technologies mobiles similaires ont été développées pour des applications telles que la gestion des ressources humaines, la gestion d'actifs, les achats mobiles, la gestion de parcs informatiques, la répartition de tâches, la gestion de stocks ou encore la surveillance à distance. Les applications mobiles de chaîne logistique concernent particulièrement les achats, pour les grandes entreprises qui traitent des volumes élevés de transactions en temps réel. L'augmentation du nombre d'interactions de machine à machine optimise les opérations logistiques et permet d'effectuer une maintenance préventive sur les équipements coûteux. Enfin, le cloud computing mobile offre une capacité à la demande et une infrastructure souple. Les entreprises qui vendent directement aux consommateurs y voient également de belles perspectives d'opportunités nouvelles. Le marché des services mobiles grand public a vu le jour grâce aux fournisseurs de services Internet et à leurs offres multiples (actualités, fonctions de recherche, de localisation, e-mail, messagerie instantanée et autres applications). Actuellement, sa croissance se poursuit avec de nouvelles applications dans le domaine de la vente au détail, de la billetterie et du règlement de factures. Les opérations bancaires et de vente au détail sont particulièrement adaptées aux technologies mobiles. Les banques et les sociétés de cartes de crédit offrent des services mobiles allant de la vérification de solde de compte aux virements, en passant par les règlements de factures. Au Japon, en Corée et dans certains pays nordiques, les clients peuvent créditer leur compte sur leur téléphone puis effectuer des retraits ou des virements, voire utiliser cet argent virtuel pour régler leurs dépenses dans les boutiques et dans les restaurants. Les détaillants utilisent la technologie mobile, et tout spécialement les équipements de détection et l'identification par radiofréquence (RFID), pour améliorer la relation clientèle et pour fidéliser les clients. Les équipements pilotes mis en place transforment l'expérience d'achat des consommateurs (coupons et promotions envoyés directement sur le téléphone portable des clients, par exemple). Les services mobiles de localisation de produits ont également le vent en poupe.

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



Description du consommateur mobile

Une chaîne de supermarchés britannique a conclu un partenariat avec IBM prévoyant le déploiement de services mobiles proposés à ses clients. Les clients peuvent ainsi, sans bouger de chez eux, utiliser des appareils mobiles pour scanner leurs articles usagés, ce qui permet de les ajouter à une liste de courses virtuelle. Dans la boutique, les coupons sont adaptés au stock et livrés sur le téléphone portable des clients. Ils peuvent ensuite être retirés, ce qui répond à la demande des consommateurs en matière de réponse immédiate à leurs besoins. Ce programme permet de fidéliser les clients en leur faisant gagner du temps, et d'encourager les initiatives écologiques en diminuant les impressions de coupons.

Les solutions mobiles représentent une alternative aux ruptures de stock : en effet, si un article est en rupture de stock dans une boutique, le client peut entrer son numéro de stock sur son téléphone portable, afin de le commander spécialement.

Avantages de la mobilité d'entreprise

Les avantages de la mobilité d'entreprise se constatent sur les plateformes B2E, B2B et B2C. Les nouvelles applications mobiles permettront désormais aux entreprises de modifier leurs façons de travailler avec leurs employés, partenaires et clients. La mobilité d'entreprise peut améliorer la productivité d'une entreprise, optimiser les opérations logistiques, renforcer les relations clientèle et rationaliser la gestion de la chaîne logistique. Les nouvelles applications mobiles démultiplient la disponibilité des informations. Cela favorise à son tour de meilleures prises de décisions. Les entreprises peuvent s'emparer plus rapidement des nouvelles opportunités qui se présentent, ou encore répondre le plus vite possible aux menaces. Ces nouvelles applications mobiles fournissent aux services commerciaux des informations actualisées sur les clients, et à la force de vente mobile des méthodes d'accroissement de l'efficacité. En permettant aux employés de travailler où qu'ils se trouvent, les entreprises peuvent par la même occasion diminuer les émissions de dioxyde de carbone et augmenter la productivité. Ces applications ont fait passer la mobilité dans la vie quotidienne de nombreuses personnes. 89 % des 100 plus grandes entreprises américaines permettent à certains de leurs employés de bénéficier d'un télétravail, sous une forme ou sous une autre, et 58 % des entreprises offrent un espace de travail virtuel à leurs employés⁴. Dans certains secteurs B2C, les entreprises peuvent vendre leurs produits directement via les téléphones portables. Dans d'autres domaines, les informations de présence permettent aux entreprises de renforcer les relations qu'elles entretiennent avec leurs clients. Savoir où se trouve le téléphone portable d'un utilisateur et ce que fait ce dernier présente un atout concurrentiel évident : cela permet de déterminer la façon dont l'entreprise doit lui présenter ses produits et services. Enfin, les initiatives de mobilité d'entreprise peuvent augmenter la satisfaction des clients et leur fidélisation.

Le défi posé par la mobilité

La mobilité ouvre de nouvelles perspectives pour les entreprises, mais malheureusement le chemin est pavé d'embûches. Tout d'abord, il s'agit de développer une stratégie en matière de mobilité d'entreprise. Les entreprises doivent comprendre l'impact des technologies mobiles sur les modèles qu'elles utilisent. Elles doivent déterminer où l'accent doit être mis (activités B2E, B2B ou B2C). Ensuite, elles doivent identifier un ensemble d'initiatives stratégiques à mettre en œuvre. Cela leur permettra de comprendre que le commerce mobile ne représente pas simplement une extension du commerce électronique. Les stratégies développées en matière de commerce mobile ne peuvent donc pas non plus être des extensions des stratégies e-business. Pour pouvoir offrir des services de mobilité aux utilisateurs finaux, les entreprises devront créer des solutions couvrant trois domaines. Le premier domaine concerne les secteurs sur lesquels l'entreprise exerce un contrôle : réseaux LAN, centres de données, par exemple (les applications et les middleware y résident). Le deuxième domaine est contrôlé par les opérateurs. Le troisième domaine est le dispositif lui-même, qui peut comporter des limitations technologiques, logicielles ou réseau. Le fait de gérer, de mettre en œuvre et de sécuriser de nouvelles technologies soulève d'importants défis à relever. Ils concernent principalement le contrôle d'identité, la distribution logicielle, le stock d'appareils et les procédures de reporting, le vol et la perte de protection, la synchronisation des données et la configuration des équipements. Les entreprises doivent utiliser et étendre leurs activités de gestion des services informatiques afin d'automatiser les dispositifs mobiles et de gérer les fonctions système au sein d'environnements hétérogènes (ces environnements ont été créés par différents types de réseaux sans fil, d'opérateurs et de téléphones mobiles). Le déploiement d'applications mobiles sur différents appareils et via différents opérateurs nécessite une infrastructure de gestion spécifique. Les entreprises voient le nombre et le type d'appareils augmenter, tout comme le nombre d'applications à acheter et à gérer. Elles peuvent investir dans les

IBM soutient l'expansion de Telco

La plus grande entreprise privée de télécommunications d'Inde, Telco, avait besoin de gérer son fort taux de croissance (100 % par an). Elle souhaitait établir un partenariat avec une entreprise capable de lui apporter une technologie souple et adaptive, tant pour elle-même que pour ses clients. IBM lui a fourni une infrastructure informatique prenant en charge les opérations de téléphonie mobile et offrant une évolutivité qui accompagne sa formidable croissance (de 6 millions d'abonnés en 2004 à plus de 80 millions à l'heure actuelle, et les prévisions avancent le chiffre de 250 millions d'abonnés d'ici 2014).

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



outils de gestion proposés par de nombreux fournisseurs, mais elles trouvent généralement ces outils peu utiles et complexes à mettre en œuvre, même pour un seul groupe d'utilisateurs. L'adaptation de ces outils de gestion à un grand nombre d'utilisateurs, possédant différents types d'appareils et présentant des profils différents, peut alors devenir un véritable casse-tête, coûteux de surcroît. La sécurité apparaît en outre comme un autre problème de taille rencontré par les DSI. Les téléphones mobiles exposent de plus en plus les failles de sécurité des ordinateurs. En effet, les problèmes de sécurité rencontrés sur les PC et sur le Web vont avoir un impact sur la plateforme mobile. La tendance à l'ouverture des applications (utilisation d'une application sur tout appareil, quel que soit le réseau) exacerbe ce problème, car le nombre de programmes malveillants mobiles en circulation connaît une croissance exponentielle. Pour résoudre ces problèmes, il est nécessaire d'accroître l'intégrité des logiciels et la séparation des charges de travail. Les DSI et les responsables système doivent également tenir compte de différents niveaux de sécurité : le niveau correspondant à l'appareil lui-même, celui correspondant au réseau et enfin, celui des données de l'entreprise. La biométrie (enregistrement de la voix, empreintes digitales et reconnaissance de l'iris) constitue en la matière une véritable solution. Enfin, les entreprises doivent déterminer quels appareils mobiles sont les plus appropriés pour quels employés ou groupes d'employés. Le défi à relever consiste à fournir aux employés les appareils mobiles dont ils ont besoin dans le cadre de leurs fonctions, mais sans dépenses excessives en produits de communication.

Perspectives

La croissance de la mobilité s'alimente de l'avènement des nouvelles applications et de l'ouverture décrite ci-avant. Jusqu'à présent, les opérateurs, les fournisseurs de services et les fabricants de téléphones ont assuré le contrôle des nouvelles applications. Dans la plupart des cas, les applications ne sont déployées sur des téléphones portables qu'avec l'autorisation conjuguée du propriétaire du réseau, du fournisseur de services et du fabricant du téléphone portable. Cela a eu pour effet de limiter l'innovation, ainsi que le nombre d'applications mobiles présentes sur le marché. Mais les fournisseurs de services Internet et les fournisseurs de services informatiques, motivés par les belles opportunités de croissance qui se profilent à l'horizon des technologies mobiles, cherchent à exploiter pleinement l'ouverture qui les caractérise. Ils ont envie de voir apparaître des applications ouvertes, sur des appareils ouverts, pour des services ouverts et au sein de réseaux tout aussi ouverts. De nouvelles applications mobiles innovantes vont donc être mises sur le marché. Grâce à la publicité, elles atteindront un nombre exponentiel d'utilisateurs. Ces efforts de publicité vont permettre aux entreprises de collecter des informations de présence sur les utilisateurs et de combler les lacunes en matière de réseaux sociaux en ligne. L'ouverture décrite et les nouvelles applications affecteront les entreprises, le marché grand public et les utilisateurs défavorisés. Grâce aux technologies de mobilité, les plateformes deviendront capables de fournir pratiquement tout type de données, d'applications et de services qui n'étaient jusque là disponibles que sur ordinateur. Les applications mobiles permettront d'optimiser les interactions avec les employés, les partenaires et les clients. Quant au cloud computing, il aidera les entreprises à répondre rapidement aux évolutions du marché. Cette

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



infrastructure informatique mobile fera naître des services plus souples, plus agiles, qui serviront tant l'informatique que le stockage ou la gestion de réseaux. Les nouvelles applications permettront d'accroître la sécurité des solutions, de limiter les menaces, d'augmenter le nombre de services proposés aux utilisateurs finaux et d'optimiser l'architecture orientée services. De son côté, le cloud computing mobile permettra d'atteindre les populations les plus défavorisées. La mobilité grand public va également poursuivre sa croissance (offres de plus en plus nombreuses dans le domaine de la vente au détail, dans le secteur bancaire ou médical). Les nouvelles technologies vont bouleverser nos habitudes d'achat, car les acheteurs vont pouvoir se connecter davantage à leurs boutiques préférées et les services bancaires vont s'appuyer de plus en plus sur les capacités de la technologie mobile. Les transactions mobiles vont fortement augmenter, en particulier dans les zones Europe et Asie-Pacifique : les applications mobiles vont en effet permettre aux clients d'accéder aux entreprises via des centres d'appels et des canaux automatisés. La commande de produits et la facturation vont également être concernées. Et d'autres applications vont suivre, permettant par exemple aux patients d'accéder à leur dossier médical, aux citoyens d'accéder aux informations publiques et aux clients des entreprises d'accéder aux programmes de fidélisation. Au niveau des personnes les plus défavorisées, les plateformes mobiles leur donneront l'accès aux informations, même sans ordinateur. La mobilité accentuera par exemple le rôle joué par la télémédecine. Les appareils mobiles vont servir de plateforme pour transactions financières (achat de billets de transport, par exemple, ou encore virements). Les entreprises vont voir leurs bénéfices augmenter grâce à ce type de services offert aux plus défavorisés.

L'innovation par l'exemple

Les entreprises qui souhaitent mettre en place des stratégies de plateformes mobiles recherchent des partenariats avec des sociétés expérimentées en la matière. L'expérience d'IBM dans le domaine des technologies mobiles est due à la fois aux efforts internes déployés et à l'aide apportée à ses clients (développement et mise en œuvre de solutions mobiles). A l'heure actuelle, plus de 48 % de la force de vente d'IBM à l'échelle mondiale utilise des technologies mobiles IBM. Parmi ces 48 %, citons les techniciens et ingénieurs IBM, qui seront bientôt tous équipés de connectivité sans fil IBM. L'entreprise a commencé à déployer des assistants électroniques de poche (PDA) : 6500 ingénieurs de maintenance (qui se déplacent sur le site des clients pour réparer ou mettre à niveau leurs systèmes) en sont équipés. Ces employés peuvent désormais bénéficier d'un accès permanent aux différentes applications. Les ingénieurs terrain peuvent échanger instantanément des informations et mener à bien leurs activités (gestion des appels, commandes de pièces de rechange, contrôle de statut, discussions avec les collègues, entre autres). Cela permet d'augmenter à la fois la productivité des employés et la satisfaction des clients. IBM offre également un accès sans fil à sa plateforme de collaboration Lotus® Notes®, ce qui permet aux utilisateurs IBM d'accéder aux e-mail, aux agendas et aux listes de contacts. L'accès sans fil à la messagerie instantanée Sametime® et à l'annuaire IBM permet au personnel de l'entreprise d'effectuer une recherche à distance parmi les 300 000 employés. Il suffit d'appuyer sur un bouton pour que l'appareil compose automatiquement le numéro de téléphone d'un contact. La mobilité d'entreprise, cela consiste à déplacer les données. Et cela fait maintenant 75 ans qu'IBM aide ses clients à déplacer leurs données. L'historique de l'entreprise en matière de technologie de mobilité remonte au milieu des années 1990 : IBM lance alors des initiatives de mobilité avec le lancement de fonctions et de technologies nouvelle génération, offrant des capacités unifiées en matière de communication et de collaboration. Elle crée une architecture commune prenant en charge les différents produits de mobilité, ainsi

Mobilité d'entreprise : connectez-vous à un nouveau monde d'opportunités



que des solutions de mobilité de bout en bout. Les solutions de mobilité IBM génèrent de la valeur ajoutée pour les clients, car elles augmentent la productivité des utilisateurs finaux via l'accès en tout lieu, avec tout appareil, aux applications et aux données stratégiques de l'entreprise. Tous les laboratoires de recherche IBM participent aux travaux de recherche et développement sur les nouvelles plateformes mobiles destinées au Web (services adaptés au contexte et produits de gestion d'appareils, notamment). Différentes offres concernent des secteurs et des tâches spécifiques.

Ces initiatives sont notamment les suivantes :

Infrastructure IBM pour services publics. Cette infrastructure offre des services professionnels (informations et transactions) aux utilisateurs mobiles d'espaces publics. Elle a été conçue pour créer un écosystème global répondant à la fois aux besoins des utilisateurs mobiles et des responsables d'entreprises. Cette véritable performance est due à la grande souplesse de l'architecture, qui vient en aide à l'utilisateur mobile via les composants contextuels et de gestion d'appareils. Elle vient simultanément en aide au responsable d'entreprise, grâce aux capacités de gestion des interactions, de gestion des processus métier, d'aide à la classification et au raisonnement.

Initiative World Development (Développement pour tous). Prenant conscience que la base de la pyramide socio-économique représentait un marché énorme et très attractif, correspondant bien à ses capacités et aux valeurs qu'elle véhicule, IBM a lancé l'initiative World Development (Développement pour tous). Cet effort de développement de solutions mobiles innovantes et commercialement viables a pour objectif d'améliorer le niveau de vie des personnes les plus défavorisées au monde. IBM propose des produits et services informatiques qui correspondent aux besoins de ces marchés en termes de financement, de formation, de santé, d'accès à l'emploi et de création de richesse.

Approche IBM en matière de services de mobilité pour les utilisateurs finaux.

IBM a développé une approche de mobilité sur la base d'un modèle à trois niveaux. Le premier niveau s'articule autour de l'augmentation de la productivité et des performances, grâce au déploiement de solutions de mobilité dans les zones à impact maximal. Le deuxième niveau concerne le contrôle des coûts, via l'intégration complète de la mobilité aux objectifs et aux opérations des entreprises. Le contrôle des coûts peut également être renforcé par l'unification de la gestion de tous les appareils (des téléphones intelligents aux appareils orientés tâche, en passant par les ordinateurs portables et les ordinateurs de bureau). Enfin, le troisième niveau concerne l'utilisation, par les clients d'IBM, des solutions de mobilité pour accompagner leur croissance ; ils peuvent s'appuyer sur les performances offertes afin d'optimiser à la fois leurs opérations métier et leur service clientèle.

Pour plus d'informations

Pour en savoir plus sur la collaboration entre IBM et les entreprises du monde entier, établie dans le cadre du développement et de la mise en œuvre de programmes de mobilité d'entreprise, contactez votre représentant IBM ou un Partenaire Commercial IBM.

Pour connaître la position d'IBM en matière de communications sans fil et de mobilité ainsi que les perspectives qui se profilent dans ces domaines, visitez le site :

ibm.com/cio

Vous pouvez également compter sur IBM Global Financing pour élaborer une solution de financement totalement adaptée à vos besoins informatiques. Pour plus d'informations sur les prix, sur les plans de paiement et les solutions de crédit, ainsi que sur les rachats et les mises au rebut d'équipements, visitez le site :

ibm.com/financing



© Copyright IBM Corporation 2009

Compagnie IBM France
Tour Descartes - La Défense 5
2, avenue Gambetta
92066 Paris La Défense Cedex

Imprimé en France
Mars 2009
Tous droits réservés

IBM, le logo IBM, Lotus Notes, Sametime et ibm.com sont des marques d'International Business Machines Corporation aux États-Unis et/ou dans certains autres pays.

Si ces marques et d'autres marques d'IBM sont accompagnées, lors de leur première occurrence, d'un symbole de marque (® ou ™), ces symboles signalent des marques d'IBM aux États-Unis

à la date de publication de ce document. Ces marques peuvent également exister et éventuellement avoir été enregistrées dans d'autres pays.

La liste des marques IBM actualisée est disponible sur Internet, dans la rubrique consacrée au copyright et aux marques du site ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Les autres noms de sociétés, de produits ou de services peuvent appartenir à des tiers.

-
- 1 Forrester Research. « The Generation Y DesignGuide. » 2007.
 - 2 The World Resources Institute. « The Next 4 Billion: Market Size and Business Strategy at the Base of the Pyramid. » 2007.
 - 3 Datamonitor. « Enterprise Mobility: Trend Analysis 2012 (Strategic Focus). » 2008.
 - 4 The Insight Research Corporation. « The Mobile Workforce and Enterprise Applications: 2007-2012. » 2007



Recyclable, veuillez recycler

CIW03055-FRFR