

Les nouveaux enjeux de l'Entreprise 2.0

**Communication et collaboration
sans frontières**

Table des matières

L'innovation vient du marché Grand Public..... 4
 L'entreprise et ses collaborateurs 8
 Les outils de communication et de collaboration unifiées 11
 Annuaire étendu 12
 Courrier électronique..... 12
 Téléphonie..... 13
 Messagerie instantanée 13
 Messagerie unifiée 14
 Le présentiel..... 14
 Espaces de travail collaboratifs..... 14
 Les outils de réseaux sociaux (blogs, wikis, signets, tags)..... 14
 Conférences audio, vidéo et sur le web 15
 Les flux RSS..... 15
 L'initiative de communication et collaboration unifiées 16
 La démarche 16
 La stratégie..... 16
 La justification économique 16
 Le prototype 17
 Les changements de l'organisation..... 17
 Les changements de l'infrastructure 18
 Et les hommes 18
 Conclusion 20
 Annexe : Les solutions IBM Lotus 21

Table des figures

Figure 1 : Nombre d'utilisateurs Internet dans le monde..... 4
 Figure 2 : Kimono et Mobile au Japon..... 5
 Figure 3 : Une réunion virtuelle 8
 Figure 4 : Multimédias 10
 Figure 5 : Dialogues, échanges et coordination 12
 Figure 6 : Un smartphone..... 13
 Figure 7 : Une fenêtre de messagerie instantanée 13
 Figure 8 : Un présentiel 14
 Figure 9 : L'encyclopédie en ligne Wikipedia 14
 Figure 10 : Economies projetées pour les activités courantes..... 17
 Figure 11 : Les services de communication et de collaboration 18
 Figure 12 : L'offre Lotus Sametime et la stratégie UC²™ 21

L'innovation vient du marché Grand Public

Il n'y a pas si longtemps, pour connaître les prochaines innovations des technologies de l'information et des télécommunications, un responsable de la stratégie d'une entreprise devait visiter les plus grands groupes mondiaux et étudier les recherches faites dans leurs laboratoires. Les téléphones mobiles ont été utilisés par les compagnies pétrolières bien avant leur avènement dans le marché grand public. L'usage de l'email s'est répandu rapidement dans le monde professionnel avant d'atteindre le grand public.

Aujourd'hui, ce n'est de toute évidence plus le cas. **La démocratisation des outils de téléphonie et de l'informatique, Internet et la toile mondiale ont complétement changé la donne.** Si vous voulez préparer les plans stratégiques en matière de communication et de collaboration pour votre entreprise, il vous suffit simplement d'analyser comment le grand public s'est approprié ces nouvelles technologies. Taux d'équipement en téléphone mobile, nombre de messages instantanés échangés, nombres de blogs ou de wikis, ... tous les indicateurs sont présents pour déterminer de manière précise les axes d'évolution en terme de besoin des utilisateurs, de justification métiers et de solutions à envisager.

6 Français sur 10 possèdent un ordinateur

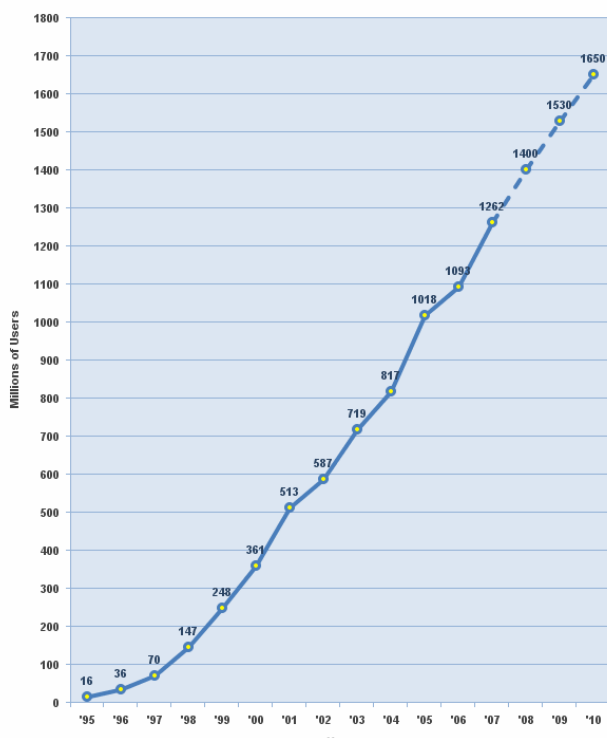


Figure 1 : Nombre d'utilisateurs Internet dans le monde

L'innovation du marché de la communication et de la collaboration est tirée par le dynamisme du marché grand public. Six français sur dix possèdent un ordinateur. C'est de plus un marché dont le taux de croissance impressionne. Entre juin 2006 et juin 2007, « l'accès Internet à domicile enregistre une progression plus importante encore : le taux d'équipement des adultes grimpe de 10 points à 53%. Le haut débit devient la norme, dans la mesure où 92% des connexions sont à haut débit, ce qui porte à 49% le taux d'équipement en haut débit des personnes de plus de 18 ans¹. »

L'usage quotidien, en particulier, se développe. Aujourd'hui, près de la moitié de la population française utilise tous les jours un ordinateur. Avec une moyenne de près de deux heures quotidiennes passées en ligne, les internautes quotidiens figurent parmi les premiers utilisateurs européens d'Internet. Nés dans la société de l'information et ses outils, les jeunes passent aujourd'hui plus de temps à surfer sur Internet qu'à regarder la télévision. Près de la moitié déclarent qu'Internet est directement responsable du fait qu'ils regardent moins la télévision². Peu d'étudiants n'ont pas d'accès à Internet.

D'une manière générale, en 2007, pour la première fois, **Internet est en train de débouter**

¹ La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française - Enquête 2007 - Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)

² EIAA Mediascope Europe 2007 - European Interactive Advertising Association (EIAA)

la télévision. 82% d'internautes utilisent Internet entre 5 et 7 jours par semaine, contre seulement 77% de téléspectateurs qui regardent la télévision avec la même régularité (baisse de 5% par rapport à l'année dernière).

Et le téléphone mobile suit le même chemin



Figure 2 : Kimono et Mobile au Japon

L'exemple du téléphone mobile est également riche d'enseignement. Le Japon semble être dans ce domaine le terrain d'expérimentation de toutes les technologies. Un japonais sur deux utilise son téléphone mobile pour envoyer des courriels et surfer sur le web. Mobagay Town, le réseau social qui croît le plus vite en ce moment, est conçu pour les téléphones exclusivement. Dans ce pays, la plupart des téléphones mobiles sont reliés à l'Internet via le service i-mode. C'est au Japon que le premier réseau 3G a été déployé. Beaucoup de sites Web ont des sections conçues exclusivement pour les utilisateurs de cellulaires.

D'une manière générale, en France, le téléphone mobile « s'est diffusé rapidement, massivement et démocratiquement. Il s'inscrit désormais dans la vie quotidienne de chacun. Il évolue constamment en s'enrichissant de nouvelles pratiques et de nouveaux usages³ ». **Les trois quarts des français ont maintenant un téléphone mobile personnel ou professionnel.**

Cet outil a profondément changé nos habitudes de loisirs et de travail. Pratique dans la vie quotidienne, il permet de garder contact avec sa famille, ses amis et ses collègues de travail. Il permet de discuter directement avec son correspondant mais aussi d'échanger des messages écrits (SMS) ou vocaux (boîte vocale). Aujourd'hui, on le personnalise avec, en fond d'écran, la photo et, en sonnerie, la musique⁴ de son groupe préféré. On échange des photos, de la vidéo. **Demain, plusieurs millions de Français pourront utiliser leur téléphone mobile comme moyen de paiement.** Des grandes banques françaises ont expérimenté avec succès le paiement par téléphone mobile et envisagent d'offrir ce service à l'ensemble de leur clientèle en 2009⁵.

*100% des futurs
collaborateurs sont
les adolescents
d'aujourd'hui*

Et si près de la moitié des français ont un téléphone mobile personnel ou professionnel et un ordinateur individuel, 70% des 12-24 ans possèdent les deux objets⁶. Pour eux, **le mobile est un « couteau suisse »**, il envoie des SMS, il permet d'écouter de la musique, il remplace la montre, l'appareil photo et la caméra, la calculatrice. C'est également le répertoire des copains.

Internet, l'indicateur de nouvelles tendances...

Internet est un indicateur de nouvelles tendances. **Internet est devenu incontournable pour l'information et le divertissement.** Ce média fait aujourd'hui partie intégrante du quotidien de chacun. Avec Internet, on utilise la messagerie instantanée pour discuter avec ses pairs et on commente les dernières nouvelles et photos sur la place publique de son site communautaire et des forums. Les échanges et le partage entre les personnes s'organisent autour de communautés

³ Observatoire sociétal du téléphone mobile AFOM / TNS Sofres 17 – 3ème enquête - 2007

⁴ En France, la vente de sonneries téléphoniques a représenté un chiffre d'affaire de plus de 6 millions d'euros (source SNEP).

⁵ <http://www.payezmobile.com/>

⁶ Idem 3

d'intérêts, surtout avec les proches, mais sans exclure les étrangers. Les internautes français figurent parmi les premiers utilisateurs de la messagerie instantanée. Plus de la moitié déclarent y avoir recours au moins une fois par mois, contre une moyenne européenne de seulement 37%. De même, les réseaux sociaux restent très à la mode ainsi que le partage d'information en ligne au travers de forums⁷.

Internet : Terrain d'expérimentation économique

Internet est également un terrain d'expérimentation de nouveaux modèles économiques. Les grands acteurs (Google, Yahoo, eBay, ...) rivalisent d'innovation technologiques dans leurs produits et services pour gagner la grande bataille de l'audience. Diversification, partenariats et acquisitions sont au centre de leur stratégie. **Bâti autour d'applications communautaires, le Web 2.0 a un impact important dans le développement de nouvelles offres et favorise l'émergence de nouveaux acteurs** (MySpace, LinkedIn, ou YouTube aux Etats-Unis et Netlog, Viadeo, ou Dailymotion en Europe). Wikipedia est devenu la référence encyclopédique de l'Internet.

Facebook

Pour illustrer la puissance des réseaux sociaux, le cas de Facebook est exemplaire. Ce site de réseau social, initialement destiné aux étudiants américains, poursuit aujourd'hui une expansion internationale impressionnante.

La communauté des utilisateurs de Facebook est très active et fidèle, plus de la moitié des utilisateurs actifs se connecte au moins une fois par jour. Au travers de Facebook, **tous les mécanismes de discussion, d'échanges et de partage — de collaboration et de communication — sont exploités et l'aspect social et communautaire est mis en valeur**. Profil, Amis, Réseaux, Courrier, Photos, Notes, Groupes, Evénements et Affichage sont les applications et fonctions de base du site. La page d'accueil est adaptable et des widgets⁸ permettent de garder la trace de ses amis. Ici, les utilisateurs peuvent rester facilement en contact avec les membres de leur communauté. L'indicateur de présence indique leur statut en temps réel. La communication est à double sens: les utilisateurs produisent et reçoivent du contenu.


Les conversations utilisent tous les médias (texte, dessins, images, sons, vidéos). Elle peut être instantanée avec la messagerie instantanée (le *chat*) ou étalée dans le temps (messages, panneau d'affichage).

Etre visible et reconnu

Au-delà de la communication et la collaboration, Internet permet à chacun d'asseoir son expertise et de démontrer ses compétences. Il apparaît important aujourd'hui d'être visible sur la Toile. Tous les internautes (et plus particulièrement les 18-24 ans) diffusent de nombreuses informations

⁷ EIAA Mediascope Europe 2007

⁸ Un widget est un petit composant d'interface graphique avec lequel un utilisateur peut interagir

| | |
|--|---------------------------------|
|  | Un site de réseau social |
| <ul style="list-style-type: none">□ Créé en 2004 par un étudiant d'Harvard Mark Zuckerberg□ Deuxième site de réseaux sociaux après MySpace□ 66 millions d'utilisateurs actifs dans le monde□ 270% de croissance entre juin 2006 et juin 2007□ Mise à disposition de la plateforme de développement, Facebook Platform f8, en mai 2007.□ Plus de 15 000 applications ont été construites à ce jour.□ 6 millions d'utilisateurs actifs passent en moyenne 20 minutes sur le site et la moitié se connecte tous les jours.□ Première application de partage de photos□ Chiffre d'affaire estimé en 2007 : \$150 millions et bénéfices de \$30 millions (source : Wall Street Journal)□ En France, 1.5 millions d'utilisateurs sont inscrits sur le site. La version française du site a été traduite par les utilisateurs eux-mêmes□ En octobre 2007, Microsoft a investi \$240 millions pour une participation de 1,6% dans Facebook, valorisant l'entreprise à plus de 15 milliards de dollars. | |

personnelles sur le Net au travers de leurs blogs et des espaces communautaires des sites de réseaux sociaux, informations auxquelles tout le monde peut ensuite avoir accès. Dans ce domaine, l'émergence de sites de réseaux professionnels (LinkedIn aux Etats-Unis revendique 17 millions de membres, Xing en Allemagne dispose de 4,2 millions d'inscrits et le français Viadeo a 1,8 millions d'utilisateurs en Europe) est caractéristique. C'est un moyen efficace pour un employeur ou un chasseur de tête de trouver l'expertise ou la compétence requise et de vérifier sa validité. **Il suffit de taper un nom dans un moteur de recherche pour trouver, ou bien retrouver, toutes les informations mises en ligne par l'internaute.**

La convergence numérique

Et pour clore la boucle, la convergence numérique est en plein développement actuellement. **Elle consiste à fusionner les contenus, les supports et leurs moyens de transmission.** Sur son portable, on peut regarder la télévision (i-mode de Bouyghes Telecom), on peut passer des appels téléphoniques à partir de son ordinateur (VoIP de Skype) et on peut diffuser ses créations sur un canal de télévision (TV perso de Free). Les formules quadruple play (incluant la télévision, la téléphonie fixe, mobile et l'accès Internet) proposés par certains fournisseurs d'accès Internet symbolisent ce phénomène.

L'entreprise et ses collaborateurs

L'entreprise est, de son côté, confrontée à des défis multiples.

Défis de l'environnement

Elle évolue dans un marché où les barrières locales tombent les unes après les autres : la technologie efface l'avantage de proximité des acteurs locaux ou régionaux. Le phénomène de mondialisation favorise la production de masse de produits ou de services à bas coûts en provenance des pays émergents, au détriment des marges de nos firmes.

Changements d'organisation

Elle évolue dans un marché où les barrières locales tombent les unes après les autres : la technologie efface l'avantage de proximité des acteurs locaux ou régionaux. Le phénomène de mondialisation favorise la production de masse de produits ou de services à bas coûts en provenance des pays émergents, au détriment des marges de nos firmes. Son organisation est également soumise à de fortes pressions. Sa démographie change rapidement avec les départs massifs à la retraite des *papy-boomers* et l'arrivée d'une génération de collaborateurs qui aura grandi avec Internet, l'ordinateur et le téléphone mobile. Le savoir et la mémoire de l'entreprise disparaissent⁹, les pratiques et les méthodes de travail et de collaboration changent rapidement. La nature même du travail évolue. Les processus sont de plus en plus automatisés et pour la grande majorité des collaborateurs, l'activité consiste aujourd'hui principalement à gérer les cas d'exception, à prendre des décisions pour régler des problèmes ou à élaborer des analyses avec les informations disponibles et en contexte¹⁰.

Gestion du temps

La gestion du temps et de l'espace est également un défi important. Une équipe projet doit prendre en compte la répartition géographique et les différents agendas des participants. L'entreprise doit mettre en œuvre des technologies pour permettre à des employés de sites différents ou en déplacement de communiquer et collaborer sur les mêmes supports de présentation et les mêmes documents lors d'une réunion de projet. De même, la réalisation d'une étude peut être confiée à des équipes réparties sur plusieurs sites de par le monde. Il faut coordonner les tâches et activités de chaque membre du groupe et faciliter l'échange des informations et consignes entre eux.



Figure 3 : Une réunion virtuelle

Evolution de l'écosystème

Enfin le champ d'influence de l'entreprise aujourd'hui évolue. Elle ne peut plus agir isolément sans tenir compte de son écosystème qui inclut fournisseurs, partenaires et clients. Dans ce monde de plus en plus intégré, le fabricant d'automobile doit tenir compte des contraintes de son fournisseur de matières premières. Le professionnel du tourisme doit

⁹ Cette mémoire représenterait, selon plusieurs travaux de recherche, 70 % des connaissances d'une organisation.

¹⁰ *Enterprise Knowledge Workers Survey*, Economist Intelligence Unit - Decembre 2007

connaître les attentes précises de ses clients afin de générer des offres attractives. Dans ce contexte, l'approche de collaboration, de communication et d'interaction permet à l'entreprise d'associer tous ces acteurs à l'élaboration de sa proposition de valeur et, au-delà, à ses applicatifs et processus

Rester Compétitif

Rester compétitive est un objectif stratégique. Il faut allier **innovation et qualité** dans les produits et les services, **agilité et flexibilité** dans l'organisation et **rapidité et efficacité** dans l'exécution. L'impact sur l'organisation est important : équipes multiculturelles, géographiquement disséminées, horaires de travail décalés,... les formes de travail ne cessent de se complexifier. La clé du succès réside dans l'amélioration de la productivité et la réactivité des collaborateurs. En mettant à leur disposition des outils de communication et de collaboration, l'entreprise répond à leurs besoins de connaissances et d'échanges, partout et à tout instant, vitaux dans la réalisation de leurs travaux et activités quotidiens.

En France, les cadres sont presque tous équipés d'un téléphone mobile ou d'un assistant numérique. Ils utilisent un ordinateur tous les jours¹¹, ce qui place notre pays tout en haut de la moyenne européenne¹². Cette utilisation représente une grande partie du travail quotidien et elle augmente régulièrement. La dernière étude française à ce sujet montre que 64 % des cadres utilisent plus de trois heures par jour l'outil informatique¹³.

Tout avoir à sa disposition

Dans la même heure, un chef de projet doit vérifier dans l'application d'entreprise le statut d'une livraison pour un de ses clients et soumettre une commande par courrier électronique. Il lui faut appeler un client et envoyer des messages instantanés pour obtenir des informations auprès de plusieurs membres d'équipe. Il doit, enfin, organiser une réunion de travail pour répondre à un appel d'offre d'un prospect important et suivre l'avancement du traitement d'un incident avec le responsable du service de support. Ce scénario typique dans la vie professionnelle montre le besoin du collaborateur de disposer d'un environnement de travail avec l'ensemble des tâches, informations, et contacts. Cet environnement est nécessaire pour répondre efficacement à une demande à un moment donné, dans un contexte qui ne cesse d'évoluer au cours de la journée ou du projet. Il doit permettre de passer facilement d'une activité à une autre et supporter la mobilité avec un accès à distance, hors du contrôle de l'entreprise.

La boîte à outils du collaborateur

Au-delà des applications traditionnelles, la boîte à outils de collaboration et communication doit comprendre :

- des **outils de productivité personnelle** tels que l'email ou la suite bureautique,
- des **outils de gestion des informations personnelles** comme l'agenda, la liste des tâches à effectuer, l'annuaire des contacts,
- des **outils de collaboration** (email, blogs, wiki et autre espaces de collaboration)
- et, enfin, des **outils de communication individuelle ou globale** (téléphone mobile ou assistant numérique, messagerie instantanée).
-

Nouveaux Paradigmes

De fait, l'environnement professionnel a profondément évolué ces dernières années et de nouveaux paradigmes tels que la mobilité, la vitesse d'accès à l'information, ou encore la prépondérance de l'image sur le texte, etc. sont apparus.

¹¹ 89% des cadres utilisent un ordinateur tous les jours – Etude ARCEP – 2008

¹² Tableau de bord des TIC et du commerce électronique – Ministère des Finances - 2007

¹³ Enquête Conditions de travail – DARES – Janvier 2007

On peut en citer quelques uns :

- **La mobilité**

Le nomadisme et le télétravail¹⁴ deviennent des pratiques de plus en plus courantes dans les entreprises. Travailler en nomade, c'est être mobile et pouvoir travailler depuis n'importe quel lieu géographique aussi efficacement que depuis son propre bureau. Le télétravail, ou le fait de travailler de la maison plutôt qu'au bureau, est particulièrement en vogue depuis quelques années. Les entreprises y voient une façon de baisser certains coûts, tout en diminuant la pollution et les inconvénients liés aux déplacements des employés. Ces derniers y voient le moyen de réorganiser leur vie personnelle, de diminuer le stress et de gagner du temps. Le télétravail offre également la possibilité de travailler à son rythme. Les innovations technologiques ont permis cette évolution. Le développement des PC portables, des téléphones mobiles, de la messagerie électronique, des assistants numériques personnels, des Intranets d'entreprise, la possibilité d'accès à distance au système d'information de l'entreprise avec des débits de transmission élevés ont, entre autres, facilité le développement de ce mode de travail.

- **Les contextes multiples du travail**

Le collaborateur doit aujourd'hui effectuer de multiples activités sur de multiples sujets dans des contextes différents. Il lui faut donc retrouver, en contexte, l'ensemble des tâches, informations, et contacts dont il a besoin pour répondre efficacement à une demande à un moment donné. On ne parle plus d'une application particulière, ou d'un outil de messagerie, ou d'un outil d'aide à la décision mais plutôt d'un environnement dans lequel le chargé de clientèle peut, sans changer d'environnement, envoyer un message au responsable de production si son tableau de bord de gestion des commandes lui signale un incident. Il y a intégration des différents services nécessaires pour réaliser les tâches à un moment donné.

- **Le rythme de travail**

Aujourd'hui, l'évolution des rythmes de travail est perçue comme un facteur important du changement par les collaborateurs de l'entreprise. Les heures de travail se répartissent, dans la semaine ou d'une semaine à l'autre, selon des modalités très diverses, certaines échappant à toute idée de régularité. De plus, Internet et les réseaux ont modifié l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Avec le téléphone mobile, les collaborateurs sont joignables à tout moment. Avec un accès à Internet haut débit à la maison, il est facile de vérifier le soir ses emails et de finir durant le weekend la note de synthèse demandée en urgence par le manager.

- **Le multimédia**

Aujourd'hui, l'information entre les collaborateurs, les membres d'une équipe projet, les partenaires ou les clients doit utiliser tous les médias numériques: texte, son, image fixe, image animée. Pour paraphraser un célèbre dicton : « Un multimédia vaut mieux qu'un long discours », l'utilisation de ces multiples médias dans la transmission de l'information devient aujourd'hui une nécessité. Le multimédia est applicable dans tous les domaines d'activités, que ce soit l'industrie du jeu et des loisirs, les applications commerciales de vente et de promotion de produits, les activités de recherche par la modélisation et la simulation ou dans les activités de formations.



Figure 4 : Multimédias

- **Le travail en équipe**

Le travail en équipe est devenu un élément incontournable demandé à la fois par les entreprises pour accroître leur flexibilité et leur agilité mais aussi par les collaborateurs pour effectuer de manière efficace leurs tâches et activités. Le travail en équipe exige de ses membres une collaboration, une convergence des efforts de chacun et un partage des responsabilités. De même l'efficacité d'une équipe se mesure par la qualité de la communication établie entre ses membres, qui sont encouragés à participer et à collaborer pour la réalisation de l'objectif commun. Ici encore, le rôle des technologies va être primordial.

¹⁴ En France en 2003, 7% de la population active était concernée par le télétravail, pour une moyenne européenne de 13%. –Le Télétravail en France – Etude Dares – 2004

Les outils de communication et de collaboration unifiées

Face à ces défis et à ces demandes, les entreprises mettent en place une stratégie de communication et de collaboration unifiées pour fournir à leurs utilisateurs (employés, partenaires et fournisseurs, prospects et clients) une expérience unique (interface homme machine, ergonomie, qualité de la navigation, facilité d'usage ...) aux multiples applications de l'entreprise.

L'unification des outils de communications et de collaboration permet de mettre en œuvre des nouveaux modes de travail pour les individus, les équipes et les communautés et de répondre aux trois grandes fonctions du travail coopératif que sont le dialogue (communication), les échanges (collaboration) et la coordination (workflow).

La Figure 5 liste les différents outils de communication et de collaboration en fonction de deux grandes caractéristiques :

- Le **nombre d'interlocuteurs** impliqués dans le travail coopératif induit le choix de l'outil. Dans le cadre d'un projet d'entreprise, le lien sur le rapport de fin d'étape sera transmis par email au directeur du projet mais c'est au travers d'un flux RSS que l'on communiquera aux employés l'état d'avancement. Pour éviter des envois par email, une équipe de travail a besoin également d'utiliser des outils de partage (gestion documentaire, listes des activités et planning, bibliothèques de projet) accessibles par tous les membres.
- De même, l'échange peut être **synchrone ou asynchrone**. Dans un échange synchrone, les participants d'une audioconférence peuvent interagir directement et en temps réel avec l'animateur. Dans un modèle asynchrone, celui qui engage la communication ou la collaboration n'a pas le contrôle sur le temps. La réponse à un email peut intervenir dans la journée, la semaine ou jamais.

Définitions de la communication et la collaboration :

La **communication** est le fait de communiquer, c'est-à-dire **d'établir une relation avec autrui afin de transmettre quelque chose**.

Pour communiquer, il faut être au moins deux (le collègue) mais on peut communiquer avec plusieurs personnes (l'équipe du projet) ou même avec une audience plus large (la communauté).

La communication implique l'échange d'informations entre les parties. Si l'échange n'est pas possible ou différé, on parle alors de diffusion (par exemple, la radio ou la télévision).

La **collaboration** peut être définie comme le fait de collaborer, c'est-à-dire de **travailler en commun**.

La collaboration est un processus structuré et récursif où deux ou plusieurs personnes travaillent ensemble, partagent des informations et des connaissances, apprennent et bâtissent un consensus sur la réalisation d'un objectif commun.

Traditionnellement, la collaboration s'effectue avec un collègue ou une équipe projet. Mais avec le Web 2.0 et les réseaux sociaux, nous voyons apparaître aujourd'hui des projets de collaboration animés par une communauté.

L'encyclopédie en ligne Wikipedia ou le modèle de développement dans le logiciel libre en sont deux exemples caractéristiques.

Les solutions de communication et de collaboration unifiées doivent s'adapter aux préférences de l'utilisateur en s'intégrant à son environnement de travail. Elles couvrent un ensemble complet d'environnements, centrés sur les documents, les courriers électroniques, les processus en temps réel, les applications ou le Web et doivent s'intégrer aux processus et applications métier existants. Enfin, elles doivent également s'adapter aux environnements de téléphonie multiconstructeurs déployés dans l'entreprise.



Figure 5 : Dialogues, échanges et coordination

Annuaire étendu

Aujourd'hui, l'annuaire est le **point central de toutes les tâches de communication et de collaboration** dans l'entreprise. Il met à disposition des collaborateurs, et éventuellement de la communauté, le nom, l'email, le téléphone, le département des employés. On peut facilement le compléter pour ajouter des informations contenues dans les systèmes de la DRH (par exemple, les compétences, les dépendances hiérarchiques). On peut également l'enrichir en ajoutant des champs libres laissés à la disposition des collaborateurs (expertises, centres d'intérêts). Avec un annuaire étendu, il est possible de rapidement identifier les personnes qui peuvent nous aider dans l'organisation grâce à une recherche par mots clés sur les expertises, les projets en cours ou les responsabilités. Intégré aux outils de communication et de collaboration, il permet de lancer directement une communication synchrone ou asynchrone en fonction du statut du correspondant.

Courrier électronique

Le courrier électronique (email) est aujourd'hui la **première méthode de communication et de collaboration** dans l'entreprise. On considère que la quasi-totalité de la collaboration se fait au travers de courriers électroniques et que les trois quarts des informations et connaissances d'une organisation sont stockées dans des emails.

Cependant, et c'est la rançon de son succès, **ce mode de communication commence à montrer ses limites**. Des études évaluent à 97 milliards le nombre d'emails envoyés dans le monde tous les jours dont plus de 40 milliards sont des pourriels¹⁵. Chaque jour, la plupart des professionnels passent entre 20% à 50% de leur temps à lire, écrire et classer des emails.

L'entreprise doit considérer l'email comme un des éléments clés de l'infrastructure de communication et de collaboration mais mettre en œuvre des méthodes alternatives comme la messagerie instantanée et les espaces de travail collaboratifs.

¹⁵ Worldwide Email Usage 2007-2011 Forecast: Resurgence of Spam Takes Its Toll – Etude IDC- 2007

Téléphonie

Le temps du « 22 à Asnière »¹⁶ est définitivement révolu et la convergence téléphonie – informatique séduit un grand nombre d'entreprises. Aujourd'hui, **l'essor de la voix sur réseau IP (VoIP : Voice over IP), technique permettant de communiquer par la voix via l'Internet, a été rendue possible avec la banalisation des réseaux haut débit.** La convergence fixe-mobile permet à l'utilisateur de passer un appel qui se transfère automatiquement d'un réseau filaire à un réseau mobile en fonction de sa localisation. L'infrastructure répond à une logique visant à offrir, au travers de terminaux fixes ou mobiles, des accès aux services communs tels que services d'annuaires d'entreprise, messageries instantanées, push de contenu par flux RSS ou intranet d'entreprise, services de géolocalisation.

Au lieu du combiné classique, les collaborateurs peuvent utiliser un ordinateur portable ou un ordinateur de bureau pour leurs communications téléphoniques. Ils peuvent aussi accéder à l'audioconférence, à la messagerie instantanée, à la détection de présence et à la fonction "cliquer pour appeler". De même, avec une fonction de gestion des appels entrants, l'utilisateur peut fournir un seul numéro et contrôler la réception des appels téléphoniques sur le terminal de son choix (téléphone, ordinateur, mobile ...)



Figure 6 : Un smartphone

Le smartphone – téléphone mobile couplé à un assistant personnel ou à un ordinateur de poche – devient le terminal unique de communication et de collaboration. En plus de la fonction téléphone, il permet, selon les modèles, de gérer son agenda/calendrier, d'offrir des fonctions de navigation web, de consultation de courrier électronique, une connectivité à un client de messagerie instantanée, la navigation GPS. Couplé à des services de présence, il permet de savoir à tout moment si les interlocuteurs sont disponibles et par quels moyens, SMS ou MMS sur IP.

Enfin, la **convergence téléphonie – informatique permet de mutualiser les outils d'administration** des équipements fixes et mobiles autour d'une plate-forme logicielle unique et donc de diminuer les coûts. Par exemple, la plate-forme logicielle devient capable de choisir le réseau le mieux adapté pour appeler un interlocuteur en prenant en compte des critères comme la qualité de service, le prix, la disponibilité du réseau et la disponibilité de l'interlocuteur.

Messagerie instantanée

La messagerie instantanée (IM : Instant Messaging) permet un dialogue interactif grâce à un échange de messages textuels entre plusieurs utilisateurs en temps réel. En évoluant, la messagerie instantanée a intégré les fonctionnalités de voix et de vidéo grâce à une webcam, mais aussi toutes sorte d'applications collaboratives (tableau blanc, édition de texte, jeux, etc.), d'envoi de messages automatiques et de notifications (supervision, « push » d'informations, etc.).

Aujourd'hui, le marché des logiciels de messagerie instantané est saturé et

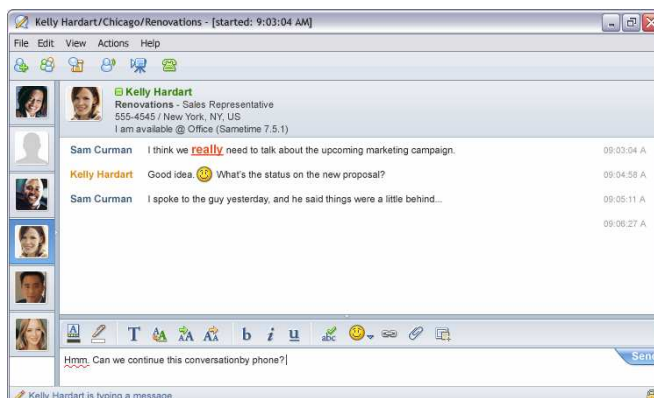


Figure 7 : Une fenêtre de messagerie instantanée

¹⁶ Sketch de Fernand Raynaud sur le téléphone - www.youtube.com/watch?v=QHWqaSdVbnY

l'interopérabilité entre les différents systèmes n'est pas toujours assurée. L'entreprise doit donc veiller à ne pas enfermer ses collaborateurs et à **mettre en place des passerelles vers ses partenaires et fournisseurs et éventuellement ses clients.**

Messagerie unifiée

Cette fonction permet aux utilisateurs d'accéder à la totalité de leurs outils de messagerie – voix, courrier électronique et télécopie – à l'aide d'un téléphone à clavier ou d'un poste de travail en réseau, ce qui la rend particulièrement appréciable pour les travailleurs mobiles. Des études ont montré que **les gains de productivité pouvaient atteindre une heure par jour pour les utilisateurs de la messagerie unifiée.**

Le présentiel

Les mises en œuvre de VoIP ont permis de développer des applications de gestion de la présence, un **indicateur permettant de déterminer si un interlocuteur est présent et disponible pour un contact.** L'utilisateur peut modifier son statut pour indiquer s'il est absent de son poste de travail, disponible ou non. Les applications de communication et de collaboration s'adaptent au statut ; par exemple, si l'utilisateur choisit « Ne pas déranger », il ne reçoit ni alerte ni appel et ses messages instantanés sont mis en file d'attente pour plus tard.

Une fonction connexe, utilisable lors des téléconférences, permet de voir qui s'est connecté et qui n'est pas en ligne, et qui parle, avec des informations sur chaque participant – titre, fonction, structure d'appartenance et site de rattachement

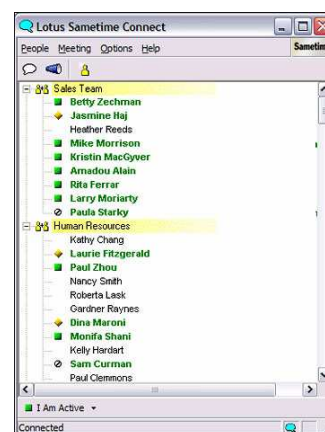


Figure 8 : Un présentiel

Espaces de travail collaboratifs

L'objectif des espaces de travail collaboratifs est d'améliorer et optimiser la coopération entre utilisateurs en permettant la publication, la communication, la collaboration et la coordination. Généralement présentés sous forme d'outils Web, **ils offrent à des utilisateurs non informaticiens la capacité de créer facilement un environnement de travail** pour supporter un projet, une initiative ou un programme. Dans un espace sécurisé, ils offrent des bibliothèques de stockage et des services d'organisation, d'accès ou de partage des contenus personnels ou de l'équipe.

Les outils de réseaux sociaux (blogs, wikis, signets, tags)

Le Web 2.0 et ses réseaux sociaux représentent une **évolution fondamentale de l'organisation** vers un modèle de communication et de collaboration plus flexible et participatif. Sous ce terme générique, on retrouve des applications comme

- les **blogs**, journaux de bord multimédia sur lequel chaque lecteur peut généralement apporter des commentaires ou opinions personnelles,
- les **wikis**, systèmes d'écriture collaborative de documents au travers de pages web librement et également modifiables par tous les

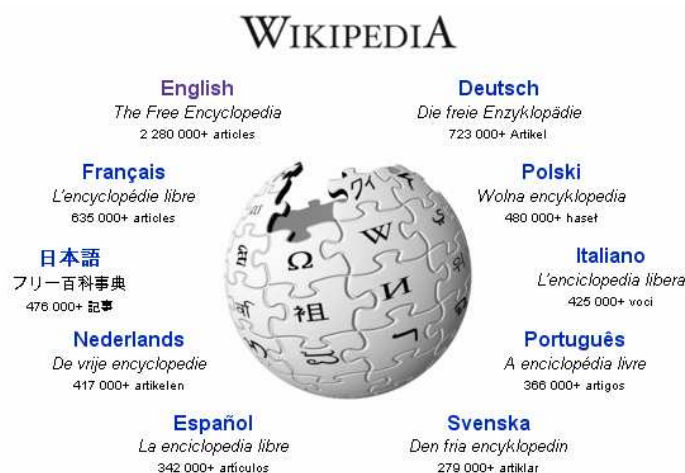


Figure 9 : L'encyclopédie en ligne Wikipedia

- visiteurs autorisés,
- le partage de **signets**, système de marque-pages pour retrouver ultérieurement des pages et sites Web,
- le partage des **tags**, ces étiquettes décrivant une information (image, blog, signet) et permettant une classification et une recherche par mot clé.

Avec ces outils, l'utilisateur agit dans **un environnement qui n'est pas structuré par l'entreprise, mais au contraire adapté à ses besoins propres et présenté selon sa logique**. Cet environnement l'accompagne dans sa recherche d'innovation et de collaboration avec les personnes qui sont au-delà de son cercle direct de relations professionnelles.

Conférences audio, vidéo et sur le web

Les outils de conférences audio, vidéo ou sur le Web offrent aux utilisateurs **la spontanéité et l'interactivité de réunions en face à face sans obligation de présence physique**. Avec ces outils de téléconférence, ils partagent les présentations, les applications, les documents et les bureaux, avec la vidéo et l'audio intégrée, le tout dans un environnement multimédia riche en contenu. Les entreprises réparties sur des sites distants ayant des réunions fréquentes utilisent ce type d'outils pour réduire les coûts de déplacement.

Les flux RSS

Connu principalement sous le nom de flux RSS (Really Simple Syndication), la syndication de contenu Web permet de mettre des informations à disposition de sites Web. Du point de vue de l'éditeur, le flux RSS permet de **publier automatiquement et d'une manière standard du contenu** récemment ajouté au site web (par exemple la dernière news ou le dernier post du forum). **La gestion des abonnements et la personnalisation de l'affichage sont de la responsabilité des lecteurs**.

L'initiative de communication et collaboration unifiées

La mise en œuvre d'une solution de communication et de collaboration unifiées peut sembler délicate aux entreprises, en raison d'inquiétudes concernant l'impact de changements pour les utilisateurs et de questions relatives à l'infrastructure et aux applications. La solution doit répondre aux besoins de productivité et d'efficacité des collaborateurs tout en prenant en compte les principes technologiques d'interopérabilité et d'intégration à l'existant. La transition doit être menée en douceur en tirant parti des opportunités offertes par les nouvelles technologies mais en respectant les demandes des utilisateurs.

La démarche

Il faut donc lancer une **initiative de communication et de collaboration unifiées**

- cohérente avec la stratégie métiers et informatique de l'entreprise
- justifiant d'un point de vue économique les gains de d'efficacité et de productivité
- validé par un prototype opérationnel
- et gérant les changements organisationnels et technologiques.

La stratégie

Déterminer la stratégie de communication et de collaboration unifiées peut être **un exercice difficile** au vu des différents besoins des utilisateurs et des technologies disponibles. Au niveau des applications, la stratégie peut être d'ajouter à une application transverse de bureautique ou verticale de gestion de clients une fonction temps-réel telle que « Cliquez pour appeler ». Au niveau de l'infrastructure logicielle, la stratégie peut être d'inclure un environnement sur le poste de travail qui comprend la téléphonie sur IP, la gestion des appels, la téléconférence, la messagerie instantanée et le présentiel.

Le rôle de la direction générale et des membres du comité exécutif est donc primordial. La cible et les différentes étapes de l'initiative doivent être alignées sur les objectifs stratégiques de l'entreprise.

La justification économique

Au-delà de la maîtrise des coûts informatique et de communication, l'initiative peut apporter des améliorations en termes de rapidité et d'ergonomie et donc des gains d'efficacité et de productivité pour ses utilisateurs, qu'il faut prendre en compte dans la justification du projet. L'initiative de communication et de collaboration unifiées doit être **justifiée à la fois par des critères métiers et informatiques**.

| Activité | Fonction | Economies par utilisateur, par semaine |
|--------------------|---|--|
| Messages | Boîte vocale et messagerie unifiée | Une heure (temps passé pour accéder aux messages pour environ 10 minutes d'utilisation par jour) |
| Meeting | Téléconférence | Trente minutes (temps passé pour planifier une dizaine de téléconférence par semaine) |
| Mobilité | email, annuaire étendu | Une heure (temps passé pour accéder aux messages et aux informations) |
| Appel téléphonique | Fonction « Cliquez pour appeler », présentiel | Huit minutes (temps passé pour composer huit appels) |

| Activité | Fonction | Economies par utilisateur, par semaine |
|-----------|----------------------------|---|
| Projet | Espace collaboratif, email | Une heure (temps passé pour trier les messages et retrouver les informations du projet) |
| Expertise | Annuaire étendu, profils | Trente minutes (temps passé pour identifier un expert dans l'organisation) |

Figure 10 : Economies projetées pour les activités courantes

Le bénéfice clé de l'initiative est la réduction du temps de latence humain, c'est-à-dire **la réduction du délai entre une action et le déclenchement d'une réaction**, par intégration de tous les outils de discussion et d'échange dans le poste de travail et ses applications. Le **support de la mobilité des travailleurs nomades** et l'accès plus facile des clients à leur chargé d'affaire sont autant d'éléments critiques pour l'entreprise. **L'optimisation des ressources informatiques** de stockage et de réseau peuvent faire pencher la balance dans la mise en place rapide de cette initiative. La **réduction des coûts directs de communication téléphonique et des coûts indirects de collaboration** (voyages, organisations de réunion ...) sont également des éléments critiques de décision.

Le prototype

Pour faciliter les explications autour des possibilités technologiques des scénarios de communication et collaboration unifiées, il est utile de construire un **prototype de validation** de la compatibilité, de l'interopérabilité et de l'intégration des applications. Il s'agit de vérifier tous les critères de faisabilité avant le déploiement effectif de la solution. Cette maquette opérationnelle permet également d'expliquer la valeur et éventuellement de former les personnes. Elle offre un cadre d'analyse de l'impact des changements sur les infrastructures téléphonique et informatique. Il est recommandé d'identifier un groupe pilote qui pourrait bénéficier rapidement des avantages de la démarche. En règle générale, **le groupe pilote devient ensuite le meilleur avocat de la démarche pendant la phase de généralisation.**

Mis en œuvre de façon incrémentale, le prototype est utilisé pour démontrer la valeur de l'investissement, déterminer le coût et affiner les objectifs de l'initiative si nécessaire. Enfin, il permet de mettre en place les bons indicateurs et les mesures adéquates pour suivre l'avancement du projet.

Les changements de l'organisation

L'initiative de communication et collaboration unifiées a des impacts sur l'ensemble de l'organisation. L'entreprise a les moyens de créer et de défendre de nouveaux modèles de gestion novateurs, allant des environnements de travail collaboratif sophistiqués aux fonctions de libre-service clients, en passant par les outils permettant le travail nomade.

Il est cependant difficile de savoir comment et par où commencer. Il faut donc répondre à des **questions touchant à l'organisation des directions métiers.** Par exemple,

- Comment utiliser les communications et les réseaux pour se doter d'atouts métier stratégiques ?
- Quels sont les différentes communautés de collaboration au sein de l'organisation ?
- Quels sont les outils, technologies et processus mis en œuvre pour communiquer et collaborer ?
- Comment s'effectue la collaboration entre communautés de travail, départements métiers et domaines d'activités ?
- Quels sont les besoins de communication de ces communautés ?
- Quel est la meilleure solution pour aider les employés nomades ?

Il faut également répondre à des questions relevant de **l'organisation des directions informatique et télécommunications :**

- Comment gérer la prolifération des terminaux mobiles ?
- Où trouver les compétences nécessaires pour administrer ces nouvelles technologies complexes ?
- Comment effectuer le suivi des ressources à haute valeur afin de localiser rapidement l'information ?

- Comment constituer un environnement réseau adapté afin d'optimiser le travail collaboratif des employés ?
- Comment réduire les investissements et les coûts ?
- Comment optimiser le réseau ?

Les changements de l'infrastructure

Dans sa démarche d'architecture, l'entreprise doit définir sa **plate-forme de communication et de collaboration unifiées**. Cette plate-forme de services doit définir les éléments essentiels pour répondre aux besoins métiers. Du point de vue technique, il faut s'assurer que l'implémentation respecte les standards du marché et la modularité de l'architecture SOA.

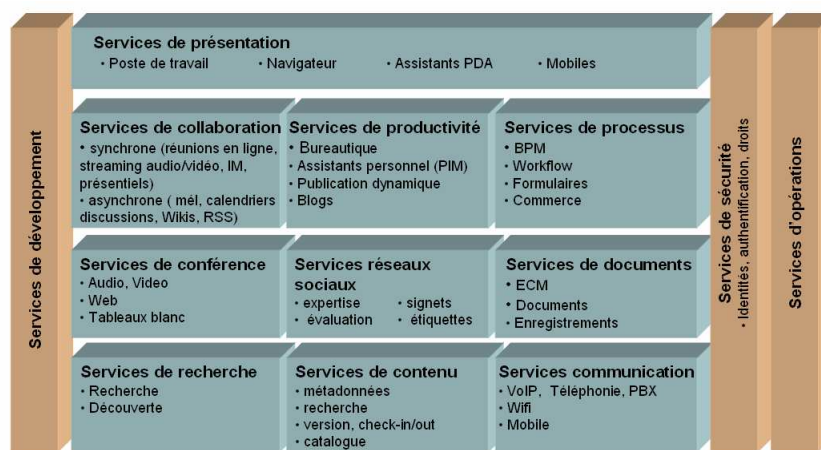


Figure 11 : Les services de communication et de collaboration

L'infrastructure doit répondre aux exigences de **sécurité** et de **conformité réglementaire** interne ou externe. Parce qu'elle doit supporter l'intégration de nouvelles solutions avec les applications et infrastructure existantes, **l'interopérabilité** est un élément essentiel. L'infrastructure choisie doit pouvoir mettre en œuvre facilement les **évolutions** rendues nécessaires par une utilisation généralisée, de nouvelles demandes des métiers ou de nouvelles possibilités de la technologie. Enfin, elle doit permettre de **simplifier le travail des utilisateurs** en offrant un interface homme machine facile d'emploi, intuitif et cohérent dans les différents environnements (PC, téléphone, mobile...)

Et les hommes...

La technologie permet d'améliorer la vitesse et l'efficacité de la communication et de la collaboration entre les personnes. Amélioration de la performance, augmentation de l'efficacité, gestion de la disponibilité, vitesse d'exécution, support à la mobilité sont des objectifs louables demandés à la fois par l'entreprise et par ses collaborateurs. C'est pour elle, et donc ses collaborateurs le moyen de répondre à ses défis externes comme la mondialisation ou l'exigence des clients.

Au-delà des risques et problèmes technologiques bien gérés par l'informatique (sécurité des données, protection contre les accès malveillants, sauvegarde des informations, confidentialité des transmissions ...), **l'entreprise ne doit pas négliger les facteurs sociaux et humains**. Un rapport officiel¹⁷ a mis en évidence que la course à la productivité et l'isolement des salariés sont responsables de **l'augmentation du stress au travail**. Il est clair que, mal maîtrisées, les solutions technologiques de communication et de collaboration amplifient ce phénomène.

¹⁷ Rapport sur la détermination, la mesure et le suivi des risques psychosociaux au travail – Ministère du Travail, des Relations sociales et de la Solidarité – Mars 2008

- L'amélioration de la performance ne doit pas se transformer en productivisme, c'est-à-dire un système d'organisation de l'entreprise dans lequel la production est donnée comme objectif premier au détriment de la qualité. La participation à un projet ne doit pas se mesurer sur le nombre de réponses données dans un forum. Dans la relation avec le client, la qualité de la relation humaine avec l'ingénieur commercial est certainement plus importante que la possibilité de le joindre par messagerie instantanée
- Il ne faut pas qu'efficacité se traduise en rendement. Dans les 350 emails reçus quotidiennement, combien méritent notre attention ? Combien méritent une réponse ? Qui mettre en copie du message ? En outre, ce trop plein d'information nuit à la qualité et il est fréquent que des messages critiques ou des questions importantes disparaissent sous le flot d'information.
- Etre disponible ne signifie pas être enchaîné à son poste de travail virtuel. Avoir la possibilité de recevoir un email sur son Blackberry n'oblige pas à une réponse immédiate. Et tout le monde a l'expérience d'une sonnerie de téléphone interrompant une réunion.
- Il ne faut pas confondre vitesse et précipitation. Vouloir faire vite ne signifie pas bâcler. Autrement dit, pour faire une chose vite et bien, il faut redoubler de concentration et ne pas être perturbé dans son travail. Pourtant il est courant aujourd'hui d'être dérangé dans son travail par la demande impromptue du manager entrant dans le bureau ou par un appel téléphonique d'un client. Il faut donc éviter d'y ajouter la distraction apportée par les multiples messages instantanés ou SMS des collègues.
- Le support de la mobilité peut également avoir un effet néfaste. Autrefois, il y avait une claire distinction entre la vie professionnelle au bureau et la vie privée. Aujourd'hui, les deux se mélangent allègrement. C'est, à la maison, la conférence téléphonique à 23 heures avec nos collègues californiens et la rédaction du rapport mensuel des ventes pendant le weekend.

Sous la **responsabilité de la direction des ressources humaines**, l'entreprise doit mettre en œuvre de **règles claires de gouvernance et d'organisation** afin d'exploiter d'une manière équilibrée ces technologies. Parmi les entreprises « où il fait bon travailler¹⁸ », certaines ont mis en place des règles pour répondre à ces effets pervers de mauvaise utilisation des moyens technologiques. Couper son mobile durant les réunions devient obligatoire au même titre que l'interdiction de la cigarette. Les réunions physiques ou digitales doivent avoir lieu avant 19 heures.

De même, l'entreprise doit lancer une réflexion sur le respect de **l'équilibre entre la vie privée et la vie professionnelle**. Au-delà de l'interférence entre les deux mondes, la mise en place d'outils de réseaux sociaux dans l'entreprise permet à chacun d'exposer une partie de sa vie privée à ses collègues. De même, la participation des collaborateurs dans les sites sociaux grand public augmente la visibilité de l'entreprise. Ou sont les limites ? Qu'est ce qu'une information confidentielle ? La parole d'un collaborateur engage t'elle l'entreprise ?

Toutes ces questions qui débordent le cadre de ce livre blanc méritent d'être abordées. Des réponses simples et comprises par tous doivent être données.

¹⁸ Palmares 2008 - Great Place to Work® Institute France

Conclusion

Dans ce livre blanc, nous avons décrit l'innovation des modèles de communication et de collaboration dans le domaine du grand public : nouvelles utilisation des technologies de communication, nouveaux modes de collaboration sociale, nouveaux modes d'implication et de participation des individus.

Les défis de l'entreprise sont nombreux : un marché mondial, une demande permanente d'innovation, une exigence de la part des clients, et une évolution inéluctable dans son organisation. A ce jour, l'entreprise semble un peu dans l'expectative, se demandant comment *professionnaliser* les comportements, comment *intégrer* les nouvelles technologies dans son environnement actuel, comment *mettre en place* de nouvelles méthodes de coopération entre les employés, partenaires et clients. De plus, il lui faut *maîtriser* les coûts et les investissements, *garantir* la sécurité des personnes, des biens et des informations et *respecter* les réglementations.

Il existe aujourd'hui une fenêtre d'opportunité où la technologie disponible peut donner les moyens de répondre aux défis. Il est clair que les solutions de communication et de collaboration unifiées auront un rôle significatif pour aider l'entreprise à réussir dans ce monde où les distances s'estompent et le temps raccourci. Tous les grands acteurs de l'informatique et des télécommunications s'unissent pour proposer des solutions intégrées et unifiées pour exploiter les nouvelles opportunités. IBM, le commanditaire de ce livre blanc, vous présente son offre dans l'annexe jointe.

Par ses impacts sur la stratégie, l'organisation des métiers et de l'informatique, l'infrastructure matérielle et logicielle et les applications existantes, **l'initiative de communication et de collaboration unifiées est un voyage au long cours pour l'entreprise et ses collaborateurs.**

Il est temps de l'entreprendre !

Annexe : Les solutions IBM Lotus

Lotus Sametime et la stratégie UC²™

Améliorer l'agilité de l'entreprise, faciliter l'innovation et renforcer la capacité des individus à être plus efficace dans leur contexte de travail : c'est à la fois la stratégie d'IBM Lotus mais aussi un enjeu crucial de la Communication et Collaboration Unifiées.

L'approche proposée par IBM Lotus repose sur Lotus Sametime et se décline en trois axes :

- une solution avec de nombreux services : le présentiel, la messagerie instantanée, la conférence web, la géo localisation, l'intégration de la voix (VOIP), de la vidéo, de la messagerie ... le tout à travers une interface unifiée pour faciliter l'expérience utilisateur.
- une plateforme ouverte et évolutive basée sur les standards et sur l'Open Source, disponible sur Windows, Linux, Mac et Mobiles. Cette plateforme basée sur Eclipse est d'ailleurs à l'origine de nombreux développements de partenaires qui intègrent des composants métiers pour faciliter les process de l'entreprise.
- un partenariat très fort avec les principaux acteurs de la téléphonie comme Alcatel Lucent, Avaya, Cisco, Nortel, Siemens, mais aussi des spécialistes comme Avistar, Polycom, Radvision, Tandberg, ou de nombreux autres. Certains viennent fournir des composants pour compléter Lotus Sametime, d'autres s'appuyant directement sur la solution Lotus Sametime qui est au cœur de la solution qu'ils proposent.

L'objectif est de venir compléter votre existant pour diminuer vos coûts et améliorer la productivité des utilisateurs à travers une plateforme de Communication et de Collaboration Unifiées, UC²™.

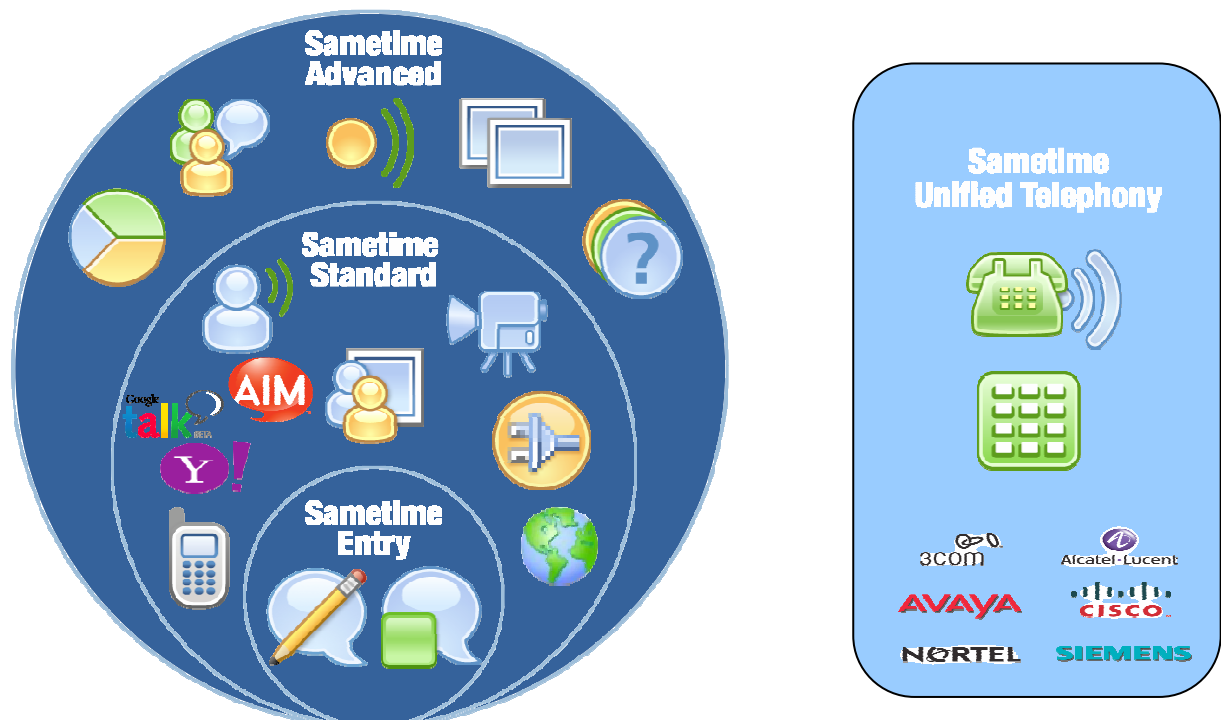
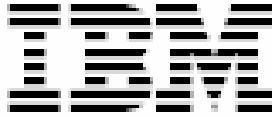


Figure 12 : L'offre Lotus Sametime et la stratégie UC²™



Au-delà de la convergence de l'informatique et des télécommunications, renforcer la productivité des utilisateurs grâce à UC²™

Alors que les moyens de communications se multiplient (courrier, téléphone fixe, téléphone portable, email, messagerie instantanée, fax, boîte vocale, ...) nous arrivons au paradoxe suivant : il n'a jamais été aussi compliqué de joindre quelqu'un ... ou d'être joint. Combien de fois avez-vous essayé plusieurs canaux de communication ... avant de laisser un message? Combien de temps passez-vous à vérifier que vous n'avez pas un message urgent en parcourant votre fax, votre messagerie, vos boîtes vocales, ... La complexité devient importante pour les utilisateurs, la sécurité diminue, le coût augmente.

L'évolution des technologies et en particulier de la VOIP permet de faire significativement progresser les communications en simplifiant l'usage, en améliorant la sécurité et en diminuant le coût.

Les stratégies de communication et de collaboration unifiées peuvent aider les entreprises à proposer une expérience utilisateur qui réunit des silos de communication et de collaboration au sein et au-delà même des frontières traditionnelles de l'entreprise. En offrant aux utilisateurs une expérience unique et intégrée entre les applications et les outils de communication et de collaboration professionnels, les solutions IBM Lotus permettent aux entreprises de développer des systèmes plus dynamiques et plus souples. Celles-ci peuvent ainsi atteindre leurs objectifs sans avoir à remplacer leur infrastructure de téléphonie existante, même si les solutions appliquées sont issues de différents fournisseurs. Elles peuvent par conséquent créer des modèles métier en temps réel plus souples, leur permettant de réagir plus rapidement aux opportunités des marchés émergents et se démarquer de la concurrence.

En adoptant des solutions de communication et de collaboration unifiées, les entreprises peuvent adresser leurs besoins vitaux, comme améliorer la productivité et la réactivité soutenues par le réseau global de l'entreprise, ou encore répondre aux besoins de communication des employés, partout et à tout instant. IBM propose un catalogue complet de solutions, services et équipements, ainsi que les alliances stratégiques dont vous avez besoin pour garantir à tout moment à vos employés l'accès aux applications et aux données; il est ainsi plus aisé que jamais de trouver, de contacter et de collaborer avec les bonnes ressources, où qu'elles se trouvent et à tout instant. Grâce aux solutions IBM modulaires basées sur des standards, vous pouvez simplifier et unifier les communications professionnelles, à partir d'applications vocales, de messagerie électronique et instantanée (IM), de vidéo et de conférence Web, tout en réduisant les coûts globaux.

La Communication et Collaboration Unifiées, UC²™, améliore la productivité des individus, groupes et entreprises en réduisant le temps de latence dans les processus métiers grâce à un usage intuitif et intégré des différents moyens de communication et de collaboration.

En facilitant la convergence entre les données, la voix et la vidéo, UC²™ étend le data center de l'entreprise pour intégrer des solutions ou technologies comme l'IPBX, la VOIP, le présentiel, l'email, l'audio, la vidéo, la conférence web, la messagerie vocale, la messagerie instantanée ...

La stratégie UC²™, développée par IBM repose sur une plateforme ouverte et extensible, Lotus Sametime, ainsi que sur des partenariats forts avec Avaya, Alcatel-Lucent, Cisco, Nortel, Siemens ...

A propos de JEMM research et de l'auteur:

JEMM research est une société de recherches stratégiques et d'analyses opérationnelles, spécialisée dans les infrastructures logicielles, les systèmes ouverts, et les approches orientées services. JEMM research conseille les entreprises utilisatrices sur l'évolution de leur organisation, dans leur choix d'architecture et de technologies, les aide dans les étapes du projet d'évolution de leur système d'information, les accompagne dans le changement, et valide et documente les réalisations. Par ailleurs, JEMM research aide les éditeurs de logiciels à comprendre, analyser, définir leurs marchés cibles et à promouvoir leur offres en maximisant leur chances de succès.

Christophe TOULEMONDE est directeur du cabinet JEMM research. Avec plus de 20 ans d'expérience dans l'informatique, Christophe est un expert reconnu des architectures orientées services, spécialiste de l'infrastructure et de l'intégration d'entreprise (données, applications, processus), du design et de l'architecture des applications distribuées et plus généralement de l'architecture d'entreprise.

Auparavant, chez Meta Group, il a couvert, pour la zone EMEA, les domaines des stratégies d'intégration et de développement. Pendant 15 ans chez IBM et des filiales du groupe en France et aux Etats Unis, il a occupé divers postes de direction technique et marketing. Il a publié de nombreux ouvrages sur le e-business et l'intégration d'applications.

| | |
|---|--|
|  | <p>JEMM research</p> <p>www.jemmresearch.com</p> <p>jemminfo@jemmresearch.com</p> <p>Tel : +33 1 39 16 48 81</p> |
|---|--|