

POINTS DE VUE SUR LA TECHNOLOGIE

Avril 2008

TABLE DES MATIÈRES

Ce numéro de *Points de vue sur la technologie* de CGI aborde le sujet de l'environnement Web 2.0 sous quatre angles importants :

- _ l'état de la question;
- _ les avantages;
- _ les stratégies de sécurité;
- _ comment aider les clients.

Pour découvrir l'offre Web 2.0 de CGI, visitez notre page Web 2.0 sur www.cgi.com ou communiquez avec nous à l'adresse info@cgi.com.

Le Web 2.0 est *le* sujet de l'heure. On en parle à toutes les foires commerciales et un peu partout dans les médias. Ce numéro de *Points de vue sur la technologie* présente la vision de CGI sur ce sujet. Il explique également pourquoi les organisations ont intérêt à s'appuyer sur le Web 2.0 pour interagir avec leurs publics internes et externes.

État de la question

Le Web 2.0 fait éclater les cadres

Le milieu des TI n'arrive pas à enfermer le Web 2.0 dans une définition unique – et cela serait d'ailleurs bien inutile. Chose certaine, le Web 2.0 est une version beaucoup plus avancée du Web de la première génération. Comment? Eh bien, le Web 2.0 est une porte ouverte sur l'autodétermination. Pensez à MySpace... à la généralisation du haut débit... au Wi-Fi... aux applications Internet enrichies... aux applications composites... L'utilisateur est devenu l'éditeur.

Ainsi, le Web 2.0 fait éclater les cadres de la communication pour créer un médium interactif comprenant les collecticiels, le réseautage social et d'autres innovations.

Le Web 2.0 mène à l'autonomisation des personnes – et n'en est qu'à ses balbutiements.

Entreprise 2.0 et autonomisation

Pour les entreprises et les gouvernements, l'autonomisation se traduit par de nouvelles formes de collaboration à l'intérieur et à l'extérieur des organisations. Elle a aussi pour effet d'« aplatiser » les structures : des communautés se créent et s'épanouissent sans égard aux frontières physiques. Le monde entier devient local.

Le néologisme « entreprise 2.0 » désigne l'adoption des techniques, approches et stratégies Web 2.0 à l'intérieur et à l'extérieur des organisations – et les conséquences de ce virage. Les attentes des utilisateurs ultimes, qui réclament de nouveaux modes d'interactions avec les employés et les clients, forment le moteur de cette tendance. Les applications Internet enrichies permettent aux organisations de soutenir leurs intéressés de manière plus dynamique.

Les organisations se situent à des points différents de la courbe d'adoption du Web 2.0 mais toutes se posent les mêmes questions : comment avancerons-nous? qu'utiliserons-nous pour avancer? comment mesurerons-nous le succès?

Les avantages du Web 2.0

La collaboration au service de la productivité

Le Web 2.0 fournit les assises permettant de rehausser le QI collectif par le moyen le plus simple du monde : en enrichissant les interactions entre les gens.

De nos jours, la société met l'accent sur les systèmes. Alors qu'auparavant, les systèmes informatiques étaient utilisés pour entrer des données, le Web 2.0 tire parti d'applications qui soutiennent des flux dynamiques de travaux.

Des liens plus solides

Le Web 2.0 amène les flux de travaux améliorés jusqu'à l'extérieur des entreprises et des gouvernements – et leur permet de converser avec leurs clients.

Certaines organisations craignent que le Web 2.0 leur fasse perdre la maîtrise de leurs affaires. Il est vrai qu'elles n'ont plus, comme par le passé, la main haute sur leur image de marque. Cependant, comme elles connaissent désormais les éloges et les doléances des clients, elles peuvent réagir plus efficacement.

Bien au fait de ce que leurs clients disent et souhaitent, les organisations comprennent mieux leur marché et acquièrent l'agilité nécessaire pour fidéliser leurs clients et accroître ainsi leur rentabilité.

Suivre les clients

Le Web 2.0 permet aux organisations de repérer plus facilement leurs clients afin d'interagir avec eux. Pensez à Facebook, par exemple. Il faut apprendre à communiquer avec les clients là où ils se trouvent, plutôt que d'attendre qu'ils viennent à vous.

Les stratégies de sécurité

Se brancher sur les nouveaux canaux

Dans un contexte où les plates-formes de réseautage se multiplient, il faut constamment tenir compte des questions de protection des renseignements personnels et de sécurité, et aborder ces questions sous des angles variés.

Pensons par exemple aux applications composites. Toute organisation doit se doter de stratégies régissant l'intégration de services provenant de l'extérieur aux applications internes, ou l'offre de services internes sur le Web au moyen d'applications d'interfaces avec les clients.

Ces problématiques rappellent les débats d'il y a quelques années au sujet de la messagerie instantanée et des façons de soutenir ce mécanisme de communication – comme on le fait pour le traitement de la voix, pour les télécopies et pour le courriel – à l'extérieur de l'entreprise. Les plates-formes sont nouvelles mais les mêmes principes s'appliquent : ces modes de communication inédits doivent aussi être bien encadrés sur le plan juridique.

LE WEB 2.0 CHEZ CGI

Désirant relier les membres des diverses communautés qui forment CGI, nous avons créé les *Focus Connections*, des bibliothèques de programmes en ligne assorties d'un moteur d'édition et de diffusion. Nous avons adopté la technologie RSS, ce qui nous a permis de distribuer par courriel un bulletin électronique hebdomadaire présentant les résultats filtrés de nos activités de veille concurrentielle. Nous avons aussi incorporé des fonctionnalités de diffusion par courriel afin de répondre rapidement aux questions des utilisateurs et créé des forums qui fournissent un accès facile au référentiel où tous les échanges sont archivés.

Les *Focus Connections* de CGI font appel aux blogues, aux wikis, au logiciel SharePoint de Microsoft, à un serveur monofonctionnel Google et à une version de l'outil informatique libre SourceForge. CGI utilise deux environnements serveurs, l'un sous Linux et l'autre sous Windows.

On pourrait croire qu'il est difficile d'incorporer et de relier toutes ces technologies. Néanmoins, une fois que CGI les a rassemblées et a créé les guichets donnant accès à l'infrastructure, il est devenu tout naturel de s'en servir pour rejoindre l'information et les personnes au sein de CGI. De surcroît, cette infrastructure fournit un moyen économique pour accroître nos connaissances collectives afin de contribuer encore davantage au succès de nos clients.

Les questions d'authentification entrent en jeu

Il est possible d'utiliser les applications internes d'une entreprise en toute confiance. Néanmoins, quand les applications sortent de l'organisation, il faut instaurer des mécanismes de sécurité encore plus rigoureux. La gestion de l'authentification et de l'accès devient cruciale – surtout dans ce monde nouveau où le Web 2.0 rencontre l'architecture orientée services.

En deux mots : la gestion de l'authentification doit sortir des frontières de l'organisation.

Comment aider les clients

Les types de services

CGI accompagne ses clients qui souhaitent intégrer les stratégies et solutions Web 2.0 à leur organisation. Par l'entremise de nos services de planification, nous aidons nos clients à élaborer une vision de l'environnement Web 2.0 dont ils se doteront afin d'en retirer le plus de bienfaits possible. De concert avec eux, nous planifions ensuite une plate-forme technique regroupant tous les éléments importants à prendre en considération, du choix des technologies aux plans de gestion du changement.

Les clients comptent aussi sur CGI pour les aider à déployer cette vision en s'appuyant sur une approche évolutive qui utilise les projets pilotes et les essais pour assurer une adoption graduelle du Web 2.0.

Cas d'espèce : comment un client en particulier adopte le Web 2.0

L'un des clients de CGI est une grande organisation qui figure parmi les chefs de file de son secteur d'activités. Ce client souhaite élargir ses connaissances sur son marché et fournir des outils qui propulseront son secteur vers l'avant. En s'appuyant sur une stratégie d'acquisition et de circulation de l'information, CGI aide ce client à créer un modèle de type wiki afin de jeter des ponts entre sa base de connaissances interne et le marché extérieur.

Ce client optimise les possibilités du Web 2.0 afin de créer une plate-forme de réseautage pour son secteur. Il espère ainsi faire progresser son marché et être une entreprise citoyenne exemplaire, tout en affichant son leadership en son domaine.

En s'appuyant sur le Web 2.0 pour mieux interagir avec le marché, ce client de CGI souhaite également tisser des liens plus étroits avec ses clients.

À PROPOS DE CGI

La satisfaction des clients est au premier plan des activités de CGI. Depuis plus de 30 ans, nous sommes solidaires des défis auxquels nos clients font face et nous les aidons à les relever en leur offrant des services de qualité.

Figurant parmi les chefs de file du secteur des services en TI et en gestion des processus d'affaires, CGI maintient une étroite proximité avec ses clients grâce à ses 26 500 professionnels œuvrant à partir de plus de 100 bureaux dans le monde. Par leur entremise, nous fournissons à nos clients la combinaison de valeur et de savoir-faire qui répond le mieux à leurs besoins en alliant judicieusement les partenariats à l'échelle locale et des options de prestation de services à l'échelle mondiale.

Dans le domaine de l'adoption des technologies, CGI s'appuie sur une vision pragmatique de la transformation pour aider les organisations à réaliser le potentiel de l'architecture orientée services, du Web 2.0 et d'autres technologies innovantes. Nous estimons que nous avons réussi quand nous avons surpassé les attentes de nos clients et quand nous les avons aidés à atteindre une performance supérieure.