



Livre Blanc

Du futile au nécessaire

Pourquoi les sociétés s'intéressent de près au social business

Résumé

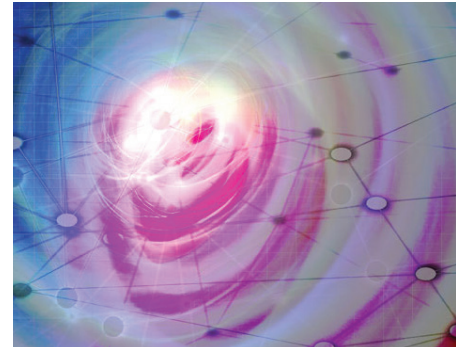
Les réseaux sociaux : un concept lourd de sens qui revêt des significations différentes selon qui l'emploie. La plupart pensent immédiatement à « Facebook™ » et « Twitter », avec leur cortège de photos de soirées et autres fameux « 140 caractères ». Mais les réseaux sociaux sont loin de se limiter à ces vecteurs. La frontière entre technologies émergentes et techniques considérées traditionnelles tant elles sont profondément ancrées (l'e-mail ou la messagerie instantanée, par exemple) est trouble, en expansion et mouvante.

Cette évolution pose une question essentielle sur les réseaux sociaux : quel rôle, à supposer qu'ils en aient un, jouent-ils quant à la manière dont les employés interagissent dans un environnement professionnel ?

« Dubitatives » est sans doute le meilleur qualificatif pour les réactions de nombreux dirigeants à l'évocation du sujet. Bon nombre d'entre eux n'y voient aucun intérêt et s'inquiètent même de possibles effets néfastes. Il leur semble déjà difficile d'empêcher les employés de publier sur Facebook ou Twitter, à titre personnel pendant les heures de travail, alors pourquoi leur fournir encore un autre vecteur pour perdre leur temps ?

Si l'on comprend aisément pourquoi les entreprises font preuve de prudence avec les réseaux sociaux, négliger complètement ces derniers serait très risqué. À cause d'une perception erronée de ces technologies, certaines entreprises pourraient passer à côté d'une formidable occasion de réinventer la collaboration entre leurs employés tout en générant des avantages susceptibles de changer la donne. La clé est d'appliquer les principes des réseaux sociaux de telle sorte qu'ils soient porteurs de valeur ajoutée dans un environnement professionnel.

Dans ce livre blanc, nous décrivons les principales différences entre les réseaux sociaux pour le grand public et pour les entreprises et nous verrons pourquoi celles-ci devraient s'y intéresser, ainsi que les avantages pratiques des technologies sociales au sein d'un environnement professionnel. Nous évoquerons aussi les approches pour créer une stratégie de social business efficace.



Sommaire

- P 1. Résumé
- P 2. Priorité au business
- P 3. L'importance du social business
- P 5. Application concrète
- P 7. Élaboration d'une stratégie de social business
- P 8. L'engagement d'Infor pour le social business
- Infor Ming.le
- Au cœur de la technologie
Infor Ming.le : Infor ION
- P 10. Conclusion

Priorité au business

Il faut sans doute commencer par déterminer ce en quoi les réseaux sociaux ne sont pas conçus pour les entreprises, ce qui nous ramène à Facebook et Twitter. Si ces vecteurs et consorts peuvent se révéler importants (et même essentiels) pour entrer en relation avec les clients, ils n'ont pas grand-chose à voir avec la manière dont les entreprises commencent à intégrer la technologie sociale, ou « social business » comme on l'entend de plus en plus, dans leur environnement de travail. Bien sûr, certains concepts sont similaires. Après tout, les réseaux sociaux sont innovants et ils sont source de transformation, que cela nous plaise ou non. Mais les réseaux sociaux et le social business ont des finalités radicalement différentes.

Si l'on devait retenir un seul mot pour décrire le principe à la base des réseaux sociaux, « connexion » s'imposerait probablement comme le meilleur choix. Ils facilitent les connexions avec tout le monde, des êtres chers aux clients, qui peuvent désormais partager des moments et communiquer d'une manière inédite.

Pour le social business, remplacez simplement connexion par collaboration, toujours avec des personnes, mais surtout autour de process influant directement sur les résultats nets. Le social business consiste à intégrer la collaboration dans l'environnement de travail quotidien de chacun, à offrir des possibilités tellement supérieures aux méthodes de travail existantes qu'elles s'imposent d'elles-mêmes.

Les applications du social business et son impact potentiel évoluent encore. Mais les entreprises s'intéressent déjà de très près aux avantages des technologies sociales, car elles peuvent révolutionner la manière dont les employés réfléchissent, travaillent et agissent. Dans une récente étude sur les tendances d'adoption du social business et les KPI, Gartner Inc. souligne :

« L'appellation *réseaux sociaux* est parfois stigmatisée au sein de l'entreprise et immédiatement étiquetée comme une perte de temps frivole. Les premières mises en œuvre permettaient de suivre ce qui se passait sur le réseau social et utilisaient ce nouveau canal de communication pour diffuser des messages à un public ciblé, n'apportant souvent qu'un avantage commercial minime. Toutefois, les entreprises se concentrent maintenant sur les départements marketing, support client, R&D, RH, vente, fabrication et distribution, ainsi que sur l'équipe de direction et ce, à travers divers secteurs et implantations géographiques. Les sociétés mettent en œuvre des stratégies sociales pour atteindre des objectifs conformes à leurs priorités. »¹

Les sociétés recherchent désormais cette connexion entre social business et mesures organisationnelles clés, redoublant d'efforts pour établir cette technologie en tant que différenciateur concurrentiel.

Les réseaux sociaux concernent :	Le social business concerne :
Les gens	Les process
La connexion	La collaboration
Des moments et des expériences	Des plans et des projets
La spontanéité	La structure
Le divertissement	La productivité
Le partage d'avis	L'acquisition de connaissances

¹ Gartner Business Gets Social Examples Highlight Adoption Trends and Key Performance Indicators, Carol Rozwell and Jenny Sussin, March 6, 2012

L'importance du social business

Malgré le potentiel du social business, de nombreuses entreprises s'interrogent encore sur son utilité. « Entre l'e-mail, la messagerie instantanée, SharePoint® et LinkedIn®, n'avons-nous pas tout ce qu'il faut pour collaborer ? », se demandent-elles. Ces technologies ont indéniablement intégré nos manières de travailler, mais le fait est qu'elles sont pour le moins imparfaites.

L'un des problèmes majeurs est la perte massive d'informations inhérente aux outils comme l'e-mail et la messagerie instantanée. S'ils facilitent grandement la communication, le stockage des e-mails et des conversations instantanées est un casse-tête. Ces interactions ont lieu hors des systèmes de l'entreprise et les informations sont stockées en silos. Leur suivi n'est pas régi par des processus établis, mais dépend de chaque utilisateur. Concernant aussi bien les raisons derrière la réussite ou l'échec d'un projet que les motifs de sélection d'un fournisseur donné, ces informations (ou plus justement « connaissances institutionnelles ») détiennent la clé pour prendre de meilleures décisions en s'assurant de ne pas répéter ses erreurs et en améliorant la santé globale d'une activité. Certains ont fini par accepter leur perte comme une fatalité dans leur manière de travailler.

Un autre problème de taille est la masse vertigineuse d'informations que doivent traiter les employés de nos jours. L'e-mail, que d'aucuns considèrent comme l'outil de collaboration professionnel par excellence, fait tellement partie du quotidien au travail que les utilisateurs s'en retrouvent submergés. Des analystes de McKinsey rapportent que les travailleurs du savoir passent généralement 28 % de leur temps à lire, rédiger et répondre à des e-mails (soit quelque 13 heures par semaine en moyenne).² Le problème a pris une telle proportion que certaines entreprises ont interdit les e-mails internes dans l'espoir de renforcer la productivité.³ Toutefois, peu de résultats probants viennent confirmer le bien-fondé d'une telle approche.

Les sociétés sont donc appelées à chercher de meilleures façons de communiquer et de collaborer. Le social business commence à s'imposer comme la voie à suivre pour résoudre ces problèmes et révolutionner la manière dont on travaille.

Selon la société d'analyse IDC, l'adoption de logiciels sociaux d'entreprise a considérablement progressé en 2012. Dans son rapport "State of Enterprise Social Software Adoption Report" de 2012, IDC indique :

« Les décideurs ont considérablement étendu le déploiement de logiciels sociaux d'entreprise ces 12 derniers mois, en réponse aux clients sociaux et aux employés concernés par les réseaux sociaux et la mobilité. Dans leur réponse, les sociétés visent un ensemble de capacités et de fonctionnalités de base afin d'introduire et de coordonner les initiatives sociales actuelles susceptibles d'être déjà en place dans des systèmes et des process métier distincts. L'enquête d'IDC sur le social business menée en 2012 révèle une accélération phénoménale non seulement du nombre de sociétés ayant déployé des logiciels sociaux d'entreprise, mais également de la maturité de leur usage. »⁴

2 Jacques Bughin, Michael Chui, and James Manyika, Capturing business value with social technologies, McKinsey Quarterly, November 2012, p. 2.

3 Ty Kiesel, "CEO Bans E-Mail," forbes.com, November 30, 2011

4 IDC "The State of Enterprise Social Software Adoption in 2012", Doc # 236637, September 2012

Gartner souligne également l'importance à bien appréhender la technologie sociale :

« Le marché des logiciels sociaux reflète l'évolution de l'adoption et la sophistication des exigences des entreprises, ainsi que les attentes grandissantes en matière de solutions sociales sérieuses. Les leaders représentant de nombreux domaines de l'informatique doivent rester au fait de ce secteur en rapide mutation pour comprendre non seulement les capacités sociales, mais aussi les implications des solutions sociales sur les technologies connexes. »⁵

Si l'on a d'abord considéré les avantages de la technologie sociale comme importants mais pas mesurables avec précision, les sociétés s'intéressent désormais aux initiatives du social business pour leur impact potentiel sur les bénéfices nets, notamment :

- **Productivité accrue** — On voit rarement les mots « productivité » et « réseaux sociaux » associés de manière positive, mais le fait d'aider les employés à travailler plus efficacement est l'une des grandes promesses du social business. Réduction du volume d'e-mails, centralisation pratique des informations et collaboration contextuelle (sur les données, les fils de conversation, les plans de projet, etc.) entre les employés sont autant de facteurs de gain de productivité et d'amélioration des performances globales. L'étude McKinsey suggère qu'il serait possible de réduire d'environ 8 % le temps consacré aux e-mails (actuellement 28 %) grâce à l'utilisation intelligente d'outils de collaboration perfectionnés.⁶ Même si l'on est loin de la panacée, cela représenterait un premier pas très important.
- **Préservation des connaissances stratégiques de l'entreprise** — Le social business permet de reprendre possession des informations actuellement perdues avec des technologies telles que l'e-mail et la messagerie instantanée. Ces informations sont le « pourquoi » et le « comment » de l'identité de l'entreprise. Elles peuvent être la clé pour révéler des opportunités qui changent la donne.
- **Attrait et fidélisation des meilleures ressources** — Les attentes vis-à-vis de la technologie ont changé, surtout pour les nouvelles recrues, mais aussi pour les employés très expérimentés. Les technologies que l'on utilise à titre privé sont maintenant considérées comme des acquis, et l'on attend désormais des logiciels d'entreprise qu'ils offrent le même agrément, la même convivialité et la même utilisation intuitive. Le social business et les autres technologies comme la mobilité, l'analytique et l'expérience utilisateur globale permettent aux entreprises de répondre à ces nouvelles attentes.

Même si les indicateurs dans ce domaine (généralement sous l'appellation assez vaste de « satisfaction des employés ») sont généralement immatériels, des preuves plus concrètes de ses avantages commencent à émerger. *All In*, un ouvrage publié récemment par les consultants Adrian Gostick et Chester Elton, établit un lien entre « implication, moyens et dynamisme » des employés et performances élevées de l'entreprise (définies par des marges d'exploitation de 27 % ou plus en période de difficultés économiques et d'après les recherches de Towers Watson).⁷

Les sociétés cherchent de plus en plus à exploiter le lien entre satisfaction et productivité, le social business s'imposant comme un facteur déterminant.

- **Amélioration du processus décisionnel** — Les technologies de social business facilitent la collaboration entre les employés, mais elles fournissent également des informations étayant la prise de décisions d'une façon tout simplement hors de portée d'outils tels que l'e-mail ou la messagerie instantanée.

5 Gartner Hype Cycle for Social Software, 2012, Susan Landry, July 30, 2012

6 Jacques Bughin, Michael Chui, and James Manyika, Capturing business value with social technologies, McKinsey Quarterly, November 2012, p. 2.

7 Susan Adams, "New Study: A Happy Workplace Really is Crucial," forbes.com, April 4, 2012;

Application concrète

Pour cristalliser le concept des technologies de social business, il faut pouvoir se représenter la manière dont sont concrètement utilisées ces technologies. L'un des points essentiels à comprendre est que la technologie du social business implique une plateforme collaborative intégrée dans les systèmes stratégiques de l'entreprise, comme les progiciels de gestion intégrés (ERP) ou les systèmes de gestion de la chaîne logistique (SCM). L'accès n'est pas limité aux personnes qui interagissent généralement avec ces systèmes, mais étendu à l'ensemble de l'entreprise, faisant de cette plateforme le principal vecteur d'interaction entre les employés. Tous les documents, vidéos, photos, plans et surtout conversations, sont capturés et organisés et peuvent être recherchés et audités. Les employés peuvent facilement partager et rechercher des informations, mais aussi recevoir des informations par le biais de notifications automatiques ou d'une business intelligence s'affichant directement sur leur bureau ou leur appareil mobile d'après leur rôle ou leurs responsabilités.

Prenons un exemple. La société X vient de remporter un contrat pour gérer tous les réseaux d'un grand distributeur. Paul Dupont gère la transition et il est à la tête d'une équipe de 10 personnes. Grâce à la plateforme collaborative fournie par la technologie de social business de son entreprise, Paul peut créer un groupe, avec contrôle des accès, où sont stockées toutes les conversations et les informations relatives à ce projet.

L'une des premières étapes est de finaliser les contrats avec les fournisseurs. Paul et son équipe peuvent dialoguer au sujet de différents prestataires, tandis que des informations sur les factures, les scores de performances, etc. des prestataires existants s'affichent automatiquement dans leur environnement collaboratif. (À l'approche des prochaines négociations, ils peuvent ainsi rechercher les communications pertinentes afin d'identifier tout problème ou avantage associé à chaque prestataire.) L'équipe peut aussi publier les contrats de prestation sur le site et demander à son service juridique de les réviser, de les commenter et de les approuver.

Par la suite, lorsque des recrutements sont nécessaires pour répondre aux exigences du contrat, les RH peuvent obtenir des informations sur les descriptifs de poste et les CV. Et si le client accepte la publicité, l'équipe RP peut faire approuver les communiqués de presse et diffuser des informations sur la couverture. Si une supérieure de Paul avec un rôle clé quitte soudain l'équipe au milieu du projet pour prendre un autre poste, nul besoin de reconstituer tout le travail déjà effectué, car il est intégralement stocké sur la plateforme collaborative de social business.

Enfin, lorsque le projet est réellement lancé, Paul peut être averti automatiquement de tout problème. Tout cela peut être fait de manière sécurisée afin de garder toutes les informations concurrentielles stratégiques en sécurité et entre les bonnes mains.

Il s'agit là d'un simple exemple pour illustrer comment le social business peut normaliser la collaboration non seulement au sein des services, mais aussi entre eux. Dans la plupart des entreprises, la collaboration au sein des services est forte car les compétences et les activités ont tendance à être plutôt similaires. Mais la réussite des grands projets, comme un lancement produit, une acquisition ou une amélioration organisationnelle, suppose généralement une communication optimale entre les services production, comptabilité, marketing et logistique. Avec le social business, la collaboration dans l'ensemble de l'entreprise devient une réalité.

Élaboration d'une stratégie de social business

Toute nouvelle technologie s'accompagne inévitablement d'une courbe d'apprentissage pour être mise en œuvre et utilisée de la manière la plus efficace possible. Pour le social business, il reste beaucoup à apprendre. De nouvelles questions se poseront assurément au fil de l'adoption grandissante et de la multiplication des domaines d'application de la technologie. Il y a néanmoins un certain nombre de facteurs essentiels à prendre en compte lors de l'évaluation de cette technologie.

Pour optimiser les avantages de toute initiative de social business, recherchez une solution qui vous permet :

- **D'intégrer les systèmes dans l'ensemble de votre entreprise, quelle qu'en soit l'origine** (le paysage technologique de la plupart des entreprises est très complexe, avec des systèmes et des informations hébergées en silos). Jusqu'à récemment, ce problème était incroyablement difficile à résoudre et exigeait des personnalisations et des intégrations complexes pour permettre aux diverses applications de fonctionner ensemble. Toutefois, la technologie a évolué pour simplifier l'intégration des systèmes et leur permettre de se connecter pour fonctionner ensemble sans pour autant dépendre les uns des autres. À l'instar d'Internet, un système peut être mis à niveau ou même rétrogradé sans affecter les autres.

Le fait d'intégrer vos systèmes maximise leur valeur tout en faisant de la technologie de social business un outil très puissant. Les employés obtiennent ainsi une vue d'ensemble sur tous les domaines de votre activité, de sorte qu'ils peuvent cibler rapidement les points les plus importants et cesser de prendre des décisions de manière isolée.

- **D'inclure le social business au sein des systèmes de l'entreprise** — Les principaux avantages du social business découlent du fait qu'il est partie intégrante de l'environnement de travail des employés et leur permet de collaborer sur la base d'informations critiques hébergées sur vos systèmes, qu'il s'agisse d'une facture impayée ou d'un plan détaillé pour le lancement d'un produit. Les outils collaboratifs simplement greffés aux principaux systèmes de l'entreprise sont plus susceptibles de créer de nouveaux silos d'informations et des doublons que d'accroître la productivité.
- **De trouver les informations rapidement et facilement grâce à des fonctions de recherche professionnelle puissantes** — Comme de nombreuses entreprises l'ont constaté, le fait d'avoir plus d'informations ne se traduit pas nécessairement par de meilleures performances. Face à l'augmentation exponentielle des données à disposition des entreprises, le but est de passer de la capacité à accéder aux informations à la possibilité de trouver rapidement les informations pertinentes. Pour ce faire, les technologies de social business doivent intégrer des fonctions de recherche puissantes, organisées et structurées.
- **De fournir des informations directement (et automatiquement) aux utilisateurs** — Vous devez non seulement faciliter la recherche d'informations pas les utilisateurs, mais aussi envisager une technologie qui permet aux informations de parvenir à vos employés par le biais de ce que l'on appelle l'intelligence contextuelle. Un tel concept était encore pure fiction il y a quelques années, mais cette technologie fournit des KPI personnalisés et pré-analysés directement et automatiquement aux personnes qui en ont besoin. Cette capacité permet de prendre des décisions s'appuyant sur des données pertinentes, avec une collaboration entre les employés basée sur des informations à jour.

- **D'associer mobilité et social** — L'utilisation de technologies mobiles a explosé dans le monde de l'entreprise, de plus en plus de systèmes métier étant désormais disponibles sur des appareils mobiles. Avec l'augmentation des taux d'adoption, l'association du social business et des technologies mobiles a le potentiel de devenir très puissante. La possibilité de charger une image sur une plateforme de social business d'une simple pression sur un bouton via un appareil mobile (à l'instar des chargements en une pression sur Facebook) n'est qu'un exemple de la manière dont ces technologies peuvent fonctionner ensemble pour offrir des capacités qui ne peuvent pas être proposées par ailleurs. Les possibilités sont quasiment infinies.

Pendant l'identification des critères technologiques clés, il ne faut pas oublier que la technologie ne constitue qu'une pièce du puzzle. Il est essentiel d'envisager dès le départ les possibles difficultés en matière de lancement et d'adoption, puis d'élaborer une stratégie détaillée permettant au social business de devenir une part acceptée de votre culture. Comme les concepts impliqués sont nouveaux pour beaucoup (et que les anciennes méthodes de travail sont profondément ancrées), il sera déterminant pour votre réussite globale de gagner les cœurs et les esprits. Les deux étapes suivantes vous aideront à bâtir une base solide pour votre initiative de social business.

1. Fixer des objectifs clairs — À ce stade, l'un des obstacles majeurs à l'élaboration d'une stratégie de social business probante est le caractère nouveau du concept pour le monde de l'entreprise et la perception profondément ancrée sur les réseaux sociaux. Il peut être difficile de combattre l'idée selon laquelle la technologie de social business n'est qu'une perte de temps à la « Facebook ».

Commencez par fixer des objectifs clairs pour l'initiative, mettant en lumière le potentiel en termes de résultat net.

Dans l'étude de Gartner sur les tendances d'adoption du social business et les KPI, les chercheurs donnent des exemples de sociétés ayant entrepris un programme de social business et certains des indicateurs permettant de mesurer les performances.

Les sociétés utilisent des indicateurs de performances clés tels que :

- La réduction des délais de mise sur le marché
- L'augmentation de la qualité des produits
- L'amélioration de la prestation de services
- La réduction du temps de formation
- La précision accrue des prévisions⁸

Bon nombre de ces programmes sont tellement nouveaux qu'ils sont encore en cours d'évaluation. Mais ces indicateurs illustrent la conviction grandissante que le social business a le potentiel d'apporter un véritable plus au bilan.

⁸ Gartner Business Gets Social Examples Highlight Adoption Trends and Key Performance Indicators, Carol Rozwell and Jenny Sussin, March 6, 2012

2. Élaborer un plan de communication et de formation — Les technologies de social business n'exigent généralement que peu de formation, car elles sont conçues pour être intuitives, familières et conviviales. Mais s'affranchir des habitudes de travail perpétuées pendant des décennies est plus facile à dire qu'à faire. Le but doit être de faire du social business une partie intégrante de votre culture. Il sera capital de démontrer les avantages de cette technologie pour en encourager l'adoption, réduire la place de l'e-mail et, au final, tirer le plus grand bénéfice de votre investissement.

L'engagement d'Infor pour le social business

Infor® est fier de proposer une combinaison unique dans le secteur des logiciels d'entreprise, avec des solutions s'appuyant sur des dizaines d'années d'application pratique et optimisées en permanence d'après les dernières innovations technologiques. L'investissement d'Infor pour développer des technologies de social business innovantes s'inscrit en droite ligne de notre engagement constant à redéfinir le logiciel d'entreprise tel que vous le connaissez et à changer la manière de travailler.

En matière de social business, il ne suffit pas de faire entrer le concept de « social » sur le lieu de travail. Vous avez besoin d'une technologie pour résoudre l'équation du social business, avec d'un côté les informations de l'entreprise et de l'autre ses process. Les solutions innovantes d'Infor y parviennent d'une manière telle qu'elles en deviennent non plus du social business, mais simplement la façon de faire dans l'entreprise.

L'offre d'Infor en matière de social business inclut :

Infor Ming.le

Véritable plateforme complète de collaboration sociale, d'amélioration des processus métier et d'analyses contextuelles, Infor Ming.le™ offre à chaque utilisateur une palette de puissantes fonctions avancées dans une formule facile d'utilisation. Cette plateforme devient une partie intégrante de tous les principaux systèmes d'entreprise comme les systèmes ERP et de gestion des actifs d'entreprise (EAM). Elle est disponible pour tous les utilisateurs, quel que soit leur rôle. Les employés peuvent communiquer et collaborer, mais aussi partager des informations comme des documents, des plans, des photos ou même des vidéos depuis un emplacement centralisé où toutes les activités sont stockées et faciles à rechercher. Avec Infor Ming.le, vous disposez de :

- **L'intelligence contextuelle** — Infor Ming.le combine sur un écran unique les informations en temps réel provenant des systèmes ERP, SCM, EAM et financiers, ainsi que d'autres informations transactionnelles. Il détecte automatiquement le type de travail effectué et affiche les informations pertinentes pour cette tâche sans que l'utilisateur ait besoin de rechercher et d'enregistrer les résultats.
- **Tâches et alertes** — La technologie Infor permet de transmettre les informations transactionnelles en temps réel de sorte que les employés puissent suivre la progression des activités importantes. Les utilisateurs peuvent filtrer, afficher et surveiller des informations afin de suivre de près les événements les plus importants. Infor Ming.le inclut également une interface de workflow qui peut faire parvenir les approbations et les alertes aux personnes appropriées lorsqu'un problème survient.

- **Capacités de « drill-back »** — Dans Infor Ming.le, les analyses et les rapports proposent des capacités de « drill-back » complètes qui vous permettent d'afficher à l'écran les informations étayant les données. Par exemple, si les coûts totaux flambent sur une ligne de production, vous pouvez immédiatement examiner la situation de près et voir quelle composante du coût a le plus varié et contribué à l'augmentation. Vous êtes ainsi en mesure de cibler les problèmes importants et de facilement garder les opérations sous contrôle.
- **Objets sociaux** — S'inspirant d'un concept du monde des réseaux sociaux, Infor Ming.le permet aux utilisateurs de « suivre » des objets sociaux et des personnes en générant des alertes automatiques d'après les paramètres qu'ils auront définis. Par exemple, un commercial peut vouloir être informé de tous les événements concernant son client principal. Avec Infor Ming.le, il peut « suivre » son compte pour recevoir des notifications automatiques de tout ce qui s'y rapporte. Des factures en souffrance aux problèmes avec une commande, le commercial obtient les informations les plus récentes de tous les services sans avoir à les rechercher, ce qui lui permet de résoudre les éventuels problèmes avant même que le client ait connaissance de ces problèmes.

Au cœur de la technologie Infor Ming.le : Infor ION

La technologie Intelligent Open Network (ION) d'Infor est au cœur de la puissance d'Infor Ming.le. Infor ION® est une plateforme architecturale aboutie qui simplifie grandement la connexion de systèmes disparates. En faisant appel à des normes ouvertes et à des formats de données largement compatibles, cette technologie permet l'intégration clé en main associée à la possibilité d'exploiter simultanément des informations provenant de nombreux systèmes.

Infor ION génère de la valeur ajoutée grâce à un ensemble de technologies interconnectées formant une plateforme qui soutient la croissance et les performances dans toute l'entreprise. La plateforme Infor ION comprend les éléments suivants :

- **Connectivité de l'entreprise** — La connectivité d'Infor ION repose sur une approche inédite de l'intégration. Par le passé, l'intégration d'entreprise suivait une approche « câblée » comparable au réseau téléphonique analogique d'autrefois. Cela convenait parfaitement aux anciens systèmes, mais se révèle trop coûteux et rigide pour les exigences actuelles. La technologie de connectivité d'Infor ION tire parti de la liberté et de l'agilité des technologies Internet, telles que les connexions souples, les formats ouverts et les protocoles standard. Infor ION offre ainsi des capacités avancées clé en main, pour une intégration rapide, des performances de pointe et une évolutivité simplifiée.
- **Workflow de processus métier** — Comme Infor ION communique via un processus standard de type « publication et abonnement », les informations qu'il transmet peuvent être consolidées pour contribuer à une gestion avancée des workflows et des processus métier. Dans Infor ION, vous pouvez concevoir et mettre en œuvre des workflows adaptés à votre processus métier afin de pouvoir normaliser, superviser et documenter les tâches déterminantes pour votre activité.

- **Gestion des événements** — Les solutions Infor ION peuvent envoyer des alertes et acheminer des approbations jusqu'à votre poste de travail ou vers une application mobile, afin de vous maintenir informé et impliqué dans vos processus métier, partout et tout le temps.
- **Mobilité** — Infor Motion, notre technologie mobile, est conçue sur les technologies d'intégration, de workflow et de business intelligence Infor ION, vous permettant de déployer une stratégie mobile comme extension naturelle de votre technologie d'intégration. Vous n'aurez pas besoin d'intégrer la prise en charge mobile comme énième technologie autonome, car la plateforme technologique transparente englobe tout ceci : poste de travail, Web, bureau, atelier, terrain et votre appareil mobile préféré. Vous pourrez en outre gérer facilement l'accès aux applications mobiles grâce aux capacités de provisionnement centralisées. Vous pouvez glisser-déposer des utilisateurs pour leur autoriser ou leur interdire l'accès mobile et lever rapidement les autorisations lorsque des changements surviennent, ce qui facilite grandement la gestion des accès mobiles tout en protégeant vos informations.

Conclusion

Les réseaux sociaux ont irrévocablement changé notre manière d'interagir et leur influence est appelée à s'amplifier encore. Si les concepts issus des médias sociaux présentent un fort potentiel pour le monde de l'entreprise, une stratégie de social business ne saurait se limiter à greffer une plateforme collaborative du type de Facebook sur les systèmes existants de la société.

Pour générer une véritable valeur ajoutée, les technologies sociales doivent s'intégrer en toute transparence dans les processus métier pour que le fait de travailler au sein d'une plateforme collaborative devienne aussi habituel que d'envoyer un e-mail, jusqu'à s'y substituer totalement. Les résultats peuvent être transformatifs, et le principal avantage est la capacité à capitaliser sur les connaissances de l'entreprise, chose impossible avec les outils qu'emploient actuellement la plupart des entreprises. Bien que la technologie du social business n'en soit encore qu'à ses balbutiements, elle porte la promesse d'un changement irréversible dans notre manière de travailler, au point que nous nous demanderons un jour comment nous avons pu faire autrement auparavant.



641 Avenue of the Americas
New York, NY 10011
800-260-2640
infor.com

Infor France
72, rue du Colonel de Rochebrune
92380 Garches
France
Téléphone : 0 805 63 00 25
Télécopie : + 33 (1) 47 95 19 00
Email : marketing.fr@infor.com
www.infor.fr

À propos d'Infor

Infor transforme profondément la manière dont les informations sont publiées et utilisées dans les entreprises, en aidant 70 000 clients dans plus de 200 pays à améliorer leurs opérations, à se développer et à s'adapter rapidement à l'évolution de la demande. Pour en savoir plus sur Infor, merci de visiter www.infor.fr.

Avis de non-responsabilité

Le présent document reflète l'orientation qu'Infor souhaite prendre concernant le ou les produit(s) spécifique(s) qui y sont décrits. Infor se réserve le droit de le modifier à sa seule discrétion et sans préavis. Ce document ne constitue pas un engagement envers vous et vous ne devez pas vous fier à ce document ou à l'un de ses contenus pour prendre une quelconque décision. Infor ne s'engage d'aucune façon à développer ou livrer un quelconque produit, amélioration, mise à jour ou fonctionnalité, même si de telles descriptions sont fournies dans ce document.

Copyright© 2014 Infor. Tous droits réservés. Le mot « Infor » et le logo associé sont des marques commerciales et/ou marques déposées d'Infor ou de l'un de ses affiliés ou filiales. Toutes les autres marques commerciales citées dans le présent document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. Les informations contenues dans ce document sont présentées uniquement à titre informatif et ne sauraient engager Infor en aucune manière. Les informations, produits et services décrits peuvent être modifiés à tout moment sans préavis. www.infor.fr.