

Comment l'e-business à la demande **stimule l'innovation**
et la **productivité** des petites et moyennes entreprises



P.4

ENTRETIEN AVEC MASSIMO BONCIANI

P.6

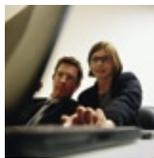
QUE VEULENT LES PME ?

P.8

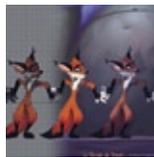
L'e-business à la demande

P.10

IBM CONSEILLE ET ACCOMPAGNE LES PME



BDPME / Banque /// **CETIM** / Ingénierie /// **Domilec** / Vente en ligne /// **Free** / Accès à Internet /// **Gélagri**
Bretagne / Agro-alimentaire /// **Geneviève Lethu** / Commerce de détail /// **Liebherr-Aerospace** / Aéronautique
/// **Oniria Pictures** / Studio d'animation /// **Roland Garros** / Sport /// **Royal Canin** / Nutrition animale /// **Speedy** /
Réparation automobile /// **Université Antilles-Guyane** / Education ///



P.12

L'AVENIR C'EST MAINTENANT

P.14

L'APPROCHE GLOBALE D'IBM

P.18

ENTRETIEN AVEC GIUSEPPE GIULIANI

LE DÉFI DES PME-PMI : INNOVER ET CRÉER DE LA VALEUR

Les petites et moyennes entreprises sont le moteur de l'économie européenne. Dans aucune autre région au monde, on ne retrouve la complexité et la diversité de ces 19 millions d'entreprises qui représentent 55 % du produit intérieur brut européen et les deux tiers des emplois. Aucun autre secteur ne crée autant de valeur.

Mais au-delà de l'importance qu'elles représentent, les PME sont à l'origine d'innovations nombreuses et continues, qu'il s'agisse de produits et de services, de modèles économiques, de méthodes ou de processus.

Aujourd'hui, les PME sont confrontées à de nouveaux défis. Immergées dans un marché global mis en réseau par Internet, elles sont désormais reliées au monde entier. Elles gagnent une ouverture sur de nouvelles perspectives et l'accès à de nouveaux marchés. Mais elles se trouvent également exposées à une concurrence plus vive qui exige d'elles une flexibilité et une réactivité accrues. Pour conserver leur rôle de moteur dans l'économie européenne, les PME doivent continuer à innover pour se différencier de leurs concurrents et créer de la valeur.

IBM et ses partenaires commerciaux sont depuis de longues années solidement engagés auprès des PME. Aujourd'hui, alors que ces entreprises font face à de nouvelles opportunités mais aussi à une nouvelle concurrence, IBM leur fournit les idées et les solutions innovantes dont elles ont besoin pour anticiper, réagir rapidement et être constamment disponibles ; en d'autres termes, pour être des entreprises «à la demande». Cette brochure explique comment IBM et ses partenaires aident les PME à relever les défis d'un monde à la demande, comment les plus innovantes d'entre elles utilisent les solutions IBM pour faire la différence, créer de la valeur et accroître leur productivité à moindre coût.

ENTRETIEN AVEC **MASSIMO BONCIANI**,
VICE-PRÉSIDENT, SMALL AND MEDIUM BUSINESS,
IBM EUROPE, MIDDLE EAST, AFRICA

L'e-business à la demande : UN CERCLE VERTUEUX DE RÉDUCTION DES COÛTS ET DE GAINS DE PRODUCTIVITÉ



4

QU'EST-CE QUE L'INNOVATION ? QU'IMPLIQUE-T-ELLE POUR UNE PME ?

Massimo Bonciani : Pour IBM, innover consiste à trouver de nouvelles manières de servir les intérêts de ses clients. Les marchés évoluent rapidement. Nos clients, confrontés à des défis très nouveaux, ont besoin de notre aide pour les relever. L'innovation leur fournit le moyen d'être plus réactifs envers leurs propres clients. Elle leur permet de se différencier de la concurrence, de gagner du temps ou d'économiser de l'argent et de se montrer plus compétitifs.

DE QUOI LES PME ONT-ELLES BESOIN POUR INNOVER ?

M.B. : Aujourd'hui, les PME sont confrontées aux mêmes enjeux que les grandes entreprises. Leurs besoins sont donc aussi complexes que ceux des entreprises plus importantes. Notre tâche consiste à leur proposer des avantages similaires à ceux que nous offrons aux grands comptes, mais sur un mode différent, qui tient compte de leurs spécificités, notamment en termes de simplicité d'utilisation et de coût. L'idée est de mieux satisfaire les PME et leurs clients.

QU'EST-CE QU'UN FOURNISSEUR COMME IBM DOIT METTRE EN PLACE POUR ASSURER SON SUCCÈS ?

M.B. : C'est un large débat et je voudrais ici mettre l'accent sur quelques points clés. Il faut savoir que les PME ont tendance à ne pas vraiment s'intéresser à la technologie. Ce qui compte pour elles, c'est de trouver des solutions à leurs problèmes. Lorsqu'elles cherchent une solution, les PME font souvent appel aux services et conseils d'un intégrateur de systèmes ou d'un éditeur de logiciels indépendant (ISV). C'est l'une des raisons pour lesquelles, chez IBM, nous accordons une telle importance au renforcement constant de notre réseau de partenaires. Nous travaillons en collaboration avec eux pour l'essentiel de notre activité avec les PME. Pour réussir, nous devons montrer que nous comprenons les métiers de nos clients et que nous sommes proches géographiquement. Enfin, il nous faut proposer une offre complète, parfaitement adaptée à leurs besoins. Elle doit être ajustée en termes de périmètre et de prix, facile à mettre en œuvre et à utiliser.

IBM AFFIRME SON ENGAGEMENT ENVERS LE MARCHÉ DES PME. COMMENT POUVEZ-VOUS LE PROUVER ?

M.B. : Je me contenterai de mentionner quelques moyens parmi d'autres. Dans la mesure où les PME sont très sensibles à la proximité, nous avons divisé la zone Europe, Moyen-Orient et Afrique (EMEA) en plus de 80 territoires.

Chacun d'eux est dirigé par un responsable régional, qui joue en quelque sorte le rôle de chef d'orchestre et bénéficie de toutes les ressources lui permettant de servir ces entreprises : des professionnels travaillant avec les partenaires commerciaux et les ISV, s'occupant du marketing, etc. Pour faire passer notre message et aider à la compréhension de notre engagement envers les PME, nous avons beaucoup investi dans le marketing et la publicité (70 % de plus qu'en 2003, par exemple). En termes de produits, IBM est le seul grand fournisseur à proposer une offre spécialement conçue et tarifée pour les PME : la gamme express lancée en 2003. Enfin, dans la mesure où les PME travaillent généralement avec des partenaires locaux, nous avons considérablement investi pour les soutenir, notamment les ISV et les intégrateurs.

QUELS SONT LES ACQUIS D'IBM SUR LE MARCHÉ DES PME ?

M.B. : On a tendance à croire qu'IBM s'intéresse principalement aux grands comptes. En fait, les PME représentent 20 % du chiffre d'affaire d'IBM, et ce pourcentage ne cesse de croître. Au fur et à mesure que les PME et nos partenaires commerciaux prennent conscience de notre engagement sur ce marché, ils se tournent de plus en plus vers nous. Vous en avez la preuve sur la zone EMEA où, au cours des deux dernières années, nous avons gagné des parts importantes de marché et où nous avons fermement l'intention de continuer à nous développer en 2004.

QUE SIGNIFIE POUR UNE PME L'e-business à la demande ?

M.B. : L'un des principaux avantages de l'e-business à la demande est d'éviter aux clients de dépenser d'énormes sommes d'argent dans l'informatique sans être assurés de la rentabilité de leurs investissements. L'idée consiste à lancer un cercle vertueux de réduction des coûts et de gains de productivité. Les PME devraient être les premiers bénéficiaires de la vision de l'e-business à la demande puisqu'elles ne disposent pas de ressources financières ou humaines suffisantes pour investir massivement dans l'informatique. Plus encore que les grandes entreprises, les PME ont besoin du soutien d'une société comme IBM.

CONCRÈTEMENT, COMMENT IBM PEUT-IL AIDER UNE PME À DEVENIR UNE ENTREPRISE À LA DEMANDE ?

M.B. : Pour vous répondre de manière concise, je vais devoir beaucoup simplifier. Les PME peuvent compter sur un triple engagement de la part d'IBM et de ses partenaires. D'abord, des produits et des services qui permettent aux entreprises d'intégrer leurs processus ; deuxièmement, un soutien dans la mise en place d'une infrastructure ouverte qui facilitera cette intégration et en réduira le coût ; troisièmement, un mode d'acquisition des ressources informatiques et des solutions de financement flexibles, avec notamment des services comparables à des services de commodités.



QUE VEULENT LES PME ?

LES MODÈLES STANDARD NE VONT À PERSONNE

S'IL Y A BIEN UNE CHOSE DONT LES PME N'ONT PAS BESOIN, C'EST DE MODÈLES STANDARD. PARCE QU'ELLES SONT DYNAMIQUES, DIVERSES ET INNOVANTES, ELLES VEULENT ÊTRE LIBRES DE CHOISIR L'APPROCHE LA MIEUX ADAPTÉE À LEURS BESOINS. ELLES NE VEULENT PERDRE NI RESSOURCES NI TEMPS DANS DE LONGS PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT OU D'ADAPTATION.

Les dirigeants de PME et d'entreprises plus grandes affrontent les mêmes difficultés. Ils veulent tous créer de la valeur et développer leur marché à travers des produits innovants, un service client plus personnalisé, et des processus intégrés à travers toute l'entreprise. Ils cherchent les moyens de mieux utiliser les ressources existantes en simplifiant tel processus commercial ou en renforçant les liens avec leurs partenaires commerciaux. De même, les responsables d'entreprises de toutes tailles sont tous convaincus que l'informatique peut les aider à relever ces défis.

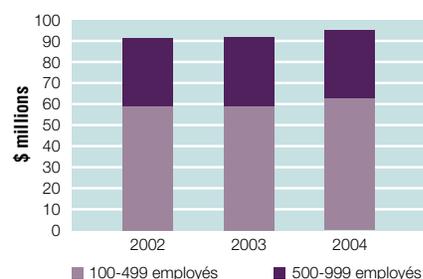
Néanmoins, dans l'environnement concurrentiel d'aujourd'hui, les patrons de PME doivent pouvoir apporter la preuve, pour justifier leurs investissements informatiques, de gains de productivité et de réduction des coûts. Ils veulent par ailleurs pouvoir choisir entre divers réseaux de distribution : revendeurs locaux, éditeurs indépendants de logiciels, vente en ligne ou achat direct auprès du fabricant. Plus intéressées par leur intérêt commercial que par l'informatique elle-même, les PME adoptent souvent une solution en fonction de son rapport qualité-prix. De fait, les trois quarts de nos clients PME préfèrent adopter des solutions complètes plutôt que d'assembler eux-mêmes différents produits.

6



DÉPENSES INFORMATIQUES DES MOYENNES ENTREPRISES EN EUROPE OCCIDENTALE (100-1000 employés)

Source: IDC, novembre 2003



DES SOLUTIONS QUI CORRESPONDENT AUX BESOINS DES ENTREPRISES

Les solutions proposées sont des solutions applicatives qui gèrent une fonction précise telle que la comptabilité ou la gestion des stocks, de même que des solutions faites sur mesure pour des secteurs d'activité spécifiques. Souvent présentées comme des solutions verticales parce qu'elles correspondent à des tâches précises de l'entreprise, les applications couvrent de plus en plus de multiples fonctions. Les progiciels de gestion intégrée (ERP), par exemple, permettent aux entreprises d'intégrer les fonctions telles que la production, les commandes, les achats, la logistique, les ressources humaines... De la même manière, les progiciels de gestion de la relation client (CRM) permettent aux entreprises de planifier, prévoir et suivre toute une série d'activités préalables et postérieures aux ventes. Les progiciels de type ERP et CRM sont tellement appréciés par les PME qu'ils représentent quasiment les trois quarts de toutes les solutions applicatives vendues en Europe.

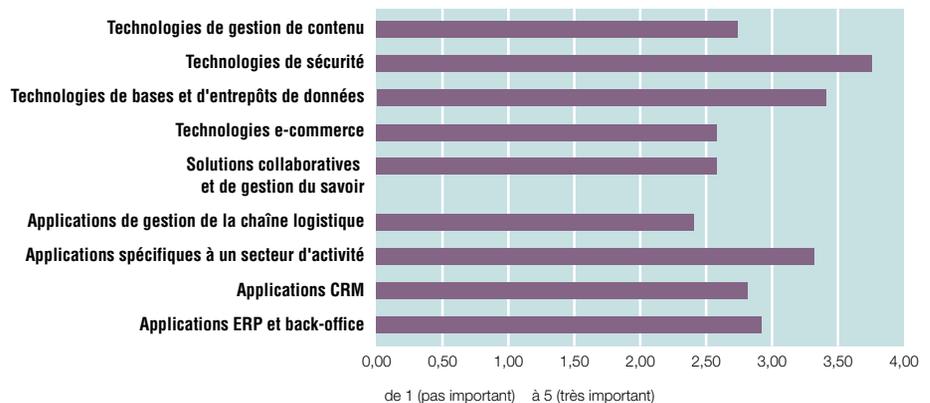
LES DIFFÉRENTS SECTEURS D'ACTIVITÉ ONT DES BESOINS SPÉCIFIQUES

Les solutions spécifiques, adaptées aux besoins particuliers d'un secteur d'activité, sont également très recherchées par les PME. En Europe, l'industrie et le secteur de la distribution sont particulièrement importants, puisqu'ils représentent environ la moitié de l'ensemble des dépenses des PME dans l'informatique. Pour une PME, la bonne compréhension de son métier est l'un des principaux critères de choix d'un fournisseur informatique pour une PME.

La proximité peut être plus décisive encore que la connaissance du secteur d'activité. Que ce soit pour les solutions applicatives ou pour les solutions métiers, les PME tiennent souvent à travailler avec un revendeur à valeur ajoutée ou avec un intégrateur, géographiquement proche et prêt à s'engager dans une collaboration étroite à long terme. Outre leurs conseils de spécialistes, elles attendent de ces partenaires un certain nombre de services tels que la personnalisation, l'installation, la maintenance et les mises à jour des systèmes, ainsi que la formation correspondante.

SOLUTIONS PRIVILÉGIÉES PAR LES PME EUROPÉENNES

(Source: IDC, décembre 2003)



«LA STRATÉGIE D'IBM VIS-À-VIS DES PME REPOSE SUR UN ENGAGEMENT ACCRU AUPRÈS DE SES PARTENAIRES, UNE VOLONTÉ DE FOURNIR UNE RÉELLE VALEUR AJOUTÉE ET UN SAVOIR-FAIRE ÉTENDU EN MATIÈRE DE SOLUTIONS. CETTE STRATÉGIE CONFÈRE À IBM UNE POSITION SOLIDE AUPRÈS DES ENTREPRISES DE TAILLE MOYENNE LES PLUS AVANCÉES SUR LE PLAN INFORMATIQUE.»

L'e-business à la demande

IL NE S'AGIT PAS UNIQUEMENT DE TECHNOLOGIE

L'e-business à la demande

N'EST PAS UNE SIMPLE AFFAIRE D'ORDINATEURS. IL S'AGIT D'UNE TOUTE NOUVELLE MANIÈRE DE FAIRE DES AFFAIRES QUI CONSISTE À TIRER PLEINEMENT PARTI DE LA TECHNOLOGIE. EN UTILISANT LES POSSIBILITÉS OFFERTES PAR L'INFORMATIQUE ET NOTAMMENT INTERNET, LES PME «À LA DEMANDE» PEUVENT CAPITALISER SUR LEURS AVANTAGES ET RÉALISER DES GAINS DE PRODUCTIVITÉ À MOINDRE COÛT. L'e-business à la demande PERMET AUX PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES D'ÊTRE PLUS INNOVANTES, PLUS COMPÉTITIVES ET DONC PLUS RENTABLES.

Une entreprise à la demande, explique le Président-directeur général d'IBM, Sam Palmisano, est «une entreprise dont les processus – intégrés de bout en bout en interne et avec ses partenaires, ses fournisseurs et ses clients clés – peuvent répondre avec souplesse et rapidité à toute demande, à toute opportunité et à toute menace externe». Les entreprises à la demande sont **réactives**. Elles réagissent rapidement aux changements imprévisibles de la demande, de l'offre, des prix, du marché de l'emploi, des concurrents, des marchés financiers et des besoins de leurs services. Elles disposent de structures de coûts **variables** et font preuve de flexibilité pour réduire les risques et améliorer la productivité, le contrôle des coûts, le retour sur investissement et assurer une visibilité financière.

Les entreprises à la demande **se concentrent** sur leur cœur de métier, déléguant à des partenaires stratégiques la gestion de tâches précises qui sortent de leur principal domaine de compétence – cela va de la production aux ressources humaines et aux opérations financières en passant par la logistique et la satisfaction des clients. Enfin, elles sont **résilientes**, c'est-à-dire capables de réagir aux changements et aux menaces – des virus informatiques et catastrophes naturelles aux pics d'utilisation de leurs sites web – avec une disponibilité, un niveau de sécurité et une confidentialité adéquats. Pour pouvoir bénéficier du potentiel de l'e-business à la demande, il faut procéder à une intégration horizontale des fonctions dans l'entreprise. Contrairement à l'intégration verticale qui fait appel à la technologie pour automatiser une fonction spécifique telle que les ressources humaines ou la gestion des relations clients, l'intégration horizontale implique de briser les barrières en considérant les entreprises comme des chaînes de processus plutôt que comme des départements fonctionnels.

«L'e-business à la demande IMPLIQUE UN CHANGEMENT ORGANISATIONNEL. LES CLIENTS DOIVENT DONC SE RÉINVENTER DANS LE SENS D'UNE FLEXIBILITÉ ACCRUE, AVEC MOINS DE BUREAUCRATIE.»

PARTIR DE L'AMONT

La transformation commence dès qu'une PME se met à chercher des solutions pour mieux intégrer ses systèmes et ses processus avec ceux de ses principaux fournisseurs et clients. En étudiant chaque processus et opération individuellement, l'entreprise peut identifier et éliminer les discontinuités ou les décalages. Elle y gagne en rapidité et en productivité. En transformant ses processus, l'entreprise peut ainsi répondre plus rapidement à ses clients et améliorer l'efficacité de sa chaîne logistique.

UNE INFRASTRUCTURE OUVERTE POUR TOUT CONNECTER

Cette approche transversale demande une infrastructure ouverte et flexible; l'architecture matérielle, logicielle et de stockage doit être en mesure de supporter la stratégie de l'entreprise. Par rapport aux approches conventionnelles, l'infrastructure doit être plus simple, plus automatisée, plus autonome et plus rentable. Afin de concilier un nombre quasiment illimité de matériels et de logiciels, elle doit s'appuyer sur des standards ouverts tels que le système d'exploitation Linux. Cette approche évite aux entreprises un travail d'adaptation des applications existantes ou de nouveaux développements à chaque changement de matériels et de logiciels.

ACCÈS À LA TECHNOLOGIE À LA DEMANDE

L'e-business à la demande offre d'énormes possibilités pour les PME, ce qui ne veut pas dire que les entreprises doivent nécessairement installer de nouveaux systèmes informatiques pour en bénéficier. Une des formes de l'e-business à la demande consiste à installer des systèmes qui fournissent de la puissance à la demande. Les clients paient alors une somme annuelle fixe pour un système qui leur permet de faire appel ou non à cette capacité en fonction de leurs besoins à un moment donné. Une autre option consiste à relier des centaines, voire des milliers, de petits ordinateurs au sein d'un réseau de calcul en grille, pour fédérer et donc optimiser les ressources de calcul existantes. Avec le calcul distribué appelé «Grid computing», tous les utilisateurs finaux peuvent partager les ressources de nombreux ordinateurs interconnectés.



IBM CONSEILLE ET ACCOMPAGNE LES PME



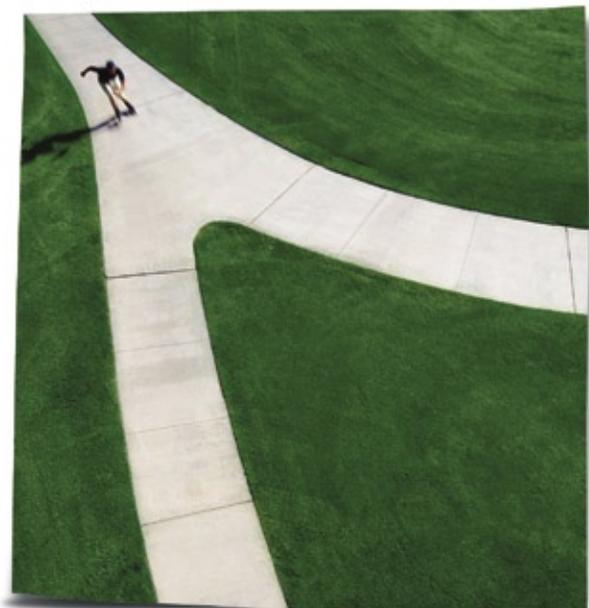
Sylvie Spalmacin-Roma,
Vice-Présidente IBM PME-PMI
et Solutions d'entreprises
pour la France, la Belgique
et le Luxembourg

Depuis 30 ans, IBM est très engagé sur le marché des PME-PMI. Fort de cette expérience, IBM a créé une gamme de solutions complètes, fiables et adaptées à leur profil, commercialisées sous le label «express». Une organisation dédiée aux PME permet d'assurer la proximité et la réactivité demandées par ce type d'entreprises : 400 consultants, ingénieurs d'affaires et spécialistes, répartis en 14 agences régionales, englobent toutes les compétences d'IBM et couvrent l'ensemble des besoins des clients locaux.

Cette couverture commerciale est renforcée par un réseau national et régional de 3 000 partenaires commerciaux – revendeurs, éditeurs de logiciels et intégrateurs formés aux technologies IBM – pour concevoir et mettre en œuvre les solutions adaptées aux problématiques métier des PME-PMI.

Forces vives de l'économie, ces entreprises innovent pour répondre aux besoins de leurs clients et, parallèlement, accélèrent leur informatisation. Les PME-PMI ont des exigences de grandes entreprises, mais des contraintes spécifiques. Pour qu'elles puissent rester performantes dans un environnement changeant et fortement concurrentiel, elles doivent impérativement tirer parti des technologies de l'information les plus avancées. L'évolution vers l'e-business à la demande est la clé de leur compétitivité.

IBM conseille et accompagne les PME-PMI dans leur évolution stratégique afin qu'elles puissent se concentrer sur leur cœur de métier, gagner en réactivité, adapter avec souplesse leurs structures de coût et leurs processus tout en réduisant les risques. Les exemples qui suivent illustrent cette transformation.



JE CONNAIS LE CHEMIN

L'AVENIR C'EST MAINTENANT

LE PARCOURS DE

L'e-business à la demande

12

LA TRANSFORMATION D'UNE PME EN ENTREPRISE À LA DEMANDE NE SE FAIT PAS DU JOUR AU LENDEMAIN. L'e-business EST UN PROCESSUS ÉVOLUTIF. AU FUR ET À MESURE QU'ELLES PROGRESSED, LES ENTREPRISES OPTIMISENT L'USAGE DE LA TECHNOLOGIE POUR DEVENIR PLUS INNOVANTES ET PLUS COMPÉTITIVES.

Les études réalisées par IBM démontrent que les entreprises procèdent par étapes. Pendant la phase initiale, elles se concentrent sur l'accès à Internet: elles éditent un contenu «plaquette» et traitent des opérations simples. Un navigateur Internet, un accès Internet et un site Web simple sont les seuls éléments nécessaires à ce premier stade de l'e-business.

L'étape suivante implique une utilisation plus large de la technologie pour interconnecter les fonctions internes et, parfois, externes. Pendant l'étape d'intégration, les entreprises ont recours aux technologies de réseau pour générer de nouvelles sources de revenus, fournir des services de manière plus efficace, améliorer la gestion de la relation client ou réduire les coûts de la chaîne logistique. En intégrant leurs processus à travers

Internet, elles peuvent s'adapter plus rapidement aux changements et améliorer leur réactivité.

L'INTÉGRATION HORIZONTALE OUVRE DE NOUVELLES PERSPECTIVES

L'intégration des fonctions verticales telles que l'organisation de la chaîne logistique, l'approvisionnement et la gestion de la relation client, présente des avantages indéniables. Mais on peut atteindre des résultats beaucoup plus satisfaisants en intégrant ces diverses fonctions à l'échelle de l'entreprise toute entière. C'est là que réside le formidable potentiel de la troisième phase: l'e-business à la demande. En interconnectant les processus et les systèmes sur lesquels ils reposent, on voit s'ouvrir toutes sortes de possibilités jusqu'alors inexploitées, non seulement au sein des entreprises elles-mêmes, mais sur toute la chaîne de valeur dont dépend chaque entreprise.

«**IBM EST CONSCIENT DU RÔLE IMPORTANT QUE JOUENT AUJOURD'HUI LES PME. IBM N'A CESSÉ D'AMÉLIORER LES SOLUTIONS QU'IL LEUR FOURNIT ET SA CONNAISSANCE DU SECTEUR. IL A RENFORCÉ SES COMPÉTENCES ET CELLES DE SON VASTE RÉSEAU DE PARTENAIRES AFIN DE POUVOIR APPORTER DE LA VALEUR AUX PME AU TRAVERS D'UNE LARGE GAMME DE SOLUTIONS ADAPTÉES À CHAQUE SECTEUR D'ACTIVITÉ.**»

Tony Lock, Analyste en chef, Bloor Research, février 2004

En adoptant l'e-business à la demande, les entreprises peuvent s'appuyer sur les nouvelles technologies pour répondre de manière rapide et flexible à toute demande d'un client, opportunité de marché ou menace concurrentielle. Aujourd'hui, quelques PME avant-gardistes, dont le nombre ne cesse de croître, ont adopté l'e-business à la demande pour améliorer leur productivité, réduire leurs coûts et être plus compétitives.

POSER LES BONNES QUESTIONS

Comment les petites et moyennes entreprises peuvent-elles tirer profit de l'e-business à la demande? Bien sûr, aucune entreprise ne ressemble à une autre. Mais on peut relever quelques principes généraux :

1. Analyser l'entreprise en termes de processus plutôt que la diviser en fonctions distinctes. Examiner chaque opération de l'entreprise en vue d'en améliorer la réactivité et la productivité. Etudier les systèmes dans leur totalité – en incluant les clients, les fournisseurs et les partenaires commerciaux – afin de définir le mode d'intégration des processus de l'entreprise.

2. Adopter les standards ouverts. Ils représentent la meilleure façon de connecter et d'intégrer des éléments disparates. Les standards ouverts réduisent la complexité, accroissent l'efficacité et fournissent des plates-formes technologiques fiables et sûres. De plus, les PME sont souvent intégrées dans les chaînes de valeur de grandes entreprises; il est donc d'autant plus important pour elles de s'assurer qu'elles utilisent des systèmes reposant sur des technologies ouvertes, conformes aux normes du secteur.

3. Développer les services de commodités. L'e-business à la demande permet aux entreprises d'avoir accès aux ressources informatiques comme elles utilisent les services publics tels que l'eau, le gaz ou l'électricité. Au lieu d'immobiliser des capitaux en investissant dans la technologie, les entreprises font appel à un tiers qui leur fournit les services et les applications informatiques. Elles ne paient alors que ce qu'elles utilisent réellement.

4. Choisir une infrastructure informatique autonome. Une infrastructure autonome se gère elle-même, avec une implication humaine minimale, de manière comparable à notre système nerveux. Cela représente d'énormes avantages économiques pour les entreprises qui ont des services informatiques de taille modeste.

5. Etudier les possibilités d'utiliser une infrastructure informatique virtualisée, telle que le «Grid computing». Le Grid computing est un mode de calcul distribué sur Internet qui exploite les ressources de multiples ordinateurs. Celles-ci sont partagées par les utilisateurs finaux. Destinée à l'origine aux grandes entreprises, le Grid computing se révèle être une technique attrayante pour les PME.

L'APPROCHE GLOBALE D'IBM

DES SOLUTIONS CRÉATIVES AUX PROBLÉMATIQUES DE L'ENTREPRISE

DISPOSER DE MATÉRIELS ET LOGICIELS DE POINTE EST UNE EXCELLENTE CHOSE. MAIS CELA NE SUFFIT PAS À SATISFAIRE LES BESOINS DES PME EN SOLUTIONS INNOVANTES. C'EST POURQUOI IBM A DÉVELOPPÉ UNE APPROCHE QUI PREND EN COMPTE TOUS LES ASPECTS D'UNE ENTREPRISE – DE LA STRATÉGIE À LA TECHNOLOGIE – CE QUI PERMET UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION DES RELATIONS AU SEIN D'UN SECTEUR D'ACTIVITÉ.

Cette démarche tire profit de l'approche globale qu'IBM et ses partenaires commerciaux peuvent offrir : du conseil en stratégie à la transformation de l'entreprise en passant par la recherche, les applications et les infrastructures technologiques. IBM occupe une position de leader avec une approche unique et novatrice du marché des PME, renforcée par un réseau de partenaires commerciaux sans égal.

C'est à travers ce réseau que les PME accèdent en premier lieu aux offres d'IBM. Les partenaires s'associent à IBM pour les aider à comprendre les enjeux de l'e-business à la demande et à sélectionner les bonnes solutions, qu'il s'agisse d'applications, d'environnements d'exploitation ou d'infrastructure.

CONÇU SPÉCIFIQUEMENT POUR LES PME

Pour offrir un portefeuille complet de produits et de services dédiés au marché des PME, IBM a développé la gamme de solutions express. Ce portefeuille comprend le matériel, le logiciel, les services, les solutions applicatives et le financement qui répondent aux critères des PME en termes de fonctionnalités, de facilité d'utilisation et de prix.

La philosophie express exige que toutes les offres du portefeuille reposent sur des standards ouverts. C'est un avantage essentiel dans la mesure où les études montrent que 70 % des PME disposent d'environnements informatiques hétérogènes.

Les clients et les analystes du secteur ont salué la flexibilité, la compatibilité et la convivialité des solutions express d'IBM. Citons quelques exemples. PLM express, une solution Product Lifecycle Management (PLM) spécialement conçue pour les entreprises de taille moyenne, propose une approche stratégique de création et gestion du capital intellectuel lié au cycle de vie des produits. Le forfait complet sur mesure de solutions PLM express comprend le logiciel d'infrastructure IBM WebSphere Application Server express et le @server IBM.

«IBM DÉCLINE SON PORTEFEUILLE POUR LES PME»

LA TRIBUNE, FRANCE – MAI 2003

«IBM PREND DE LA VITESSE AVEC SA FORMULE EXPRESS»

CHANNEL PARTNER, ESPAGNE – SEPTEMBRE 2003

«LES MOYENNES ENTREPRISES APPRÉCIENT IBM»

ITALI@OGGI.IT, ITALIE – OCTOBRE 2003

«IBM ÉTEND SA GAMME DE PRODUITS DESTINÉE AU MARCHÉ
DES ENTREPRISES DE TAILLE MOYENNE»

COMPUTERWOCHE, ALLEMAGNE – NOVEMBRE 2003



J'AI BESOIN DE TOUT

IBM DB2 Universal Database express répond aux besoins des entreprises de taille moyenne qui privilégient l'intégration au fur et à mesure qu'elles adoptent l'e-business à la demande. IBM WebSphere Portal express, qui s'installe en cinq clics, est une autre vedette de cette gamme. IBM propose également des versions express de ses produits Lotus et Tivoli.

ibm.com: UNE FABULEUSE RESSOURCE POUR LES PME

LE SITE WEB IBM.COM, ASSOCIÉ À UNE ÉQUIPE DE 3 000 PERSONNES FORMÉES AU SUPPORT ET À LA VENTE PAR TÉLÉPHONE EN EUROPE, MOYEN-ORIENT ET AFRIQUE, PERMET DE GÉRER EFFICACEMENT LA RELATION CLIENT EN LIGNE. CHAQUE SEMAINE, LES COMMERCIAUX D'IBM.COM CONTACTENT 10 000 PME CLIENTES VIA INTERNET OU PAR TÉLÉPHONE. SANS DOUTE EST-CE LÀ LA MEILLEURE PREUVE AU MONDE DE L'INTÉRÊT DU MODÈLE «TÉLÉWEB».

LES OPPORTUNITÉS QU'ILS DÉTECTENT SONT TRANSMISES AU CANAL DE DISTRIBUTION LE PLUS ADAPTÉ: PARTENAIRE COMMERCIAL, TÉLÉVENTE OU INGÉNIEUR D'AFFAIRES IBM.

DES COMMERCIAUX AU TÉLÉPHONE COUVRENT DIFFÉRENTS TERRITOIRES. ILS SONT LE RELAIS DES FORCES COMMERCIALES SUR LE TERRAIN. LES ÉQUIPES DE TÉLÉVENTE, COMPOSÉES DE TECHNICO-COMMERCIAUX SPÉCIALISTES PRODUITS, ÉTABLISSENT DES DEVIS. CES SPÉCIALISTES VENDENT DES SOLUTIONS MATÉRIELLES, LOGICIELLES ET DES SERVICES. ILS TRAVAILLENT EN ÉTROITE COLLABORATION AVEC LES ÉQUIPES SUR LE TERRAIN ET LES PARTENAIRES COMMERCIAUX LORSQUE LES OPPORTUNITÉS SONT DE PLUS GRANDE ENVERGURE. AINSI ILS ONT LA MAÎTRISE COMPLÈTE DES OPPORTUNITÉS QU'ILS GÉNÈRENT.

LES ÉQUIPES DE TÉLÉMARKETING DÉTECTENT DES OPPORTUNITÉS AU TRAVERS DE CAMPAGNES MARKETING ET LES TRANSMETTENT AUX FORCES DE VENTE OU AUX PARTENAIRES COMMERCIAUX APPROPRIÉS. AUJOURD'HUI, 15 % DES ACTIVITÉS IBM SONT RÉALISÉES À TRAVERS IBM.COM. CE POURCENTAGE DEVRAIT ENCORE PROGRESSER.

DES SOLUTIONS, ENCORE DES SOLUTIONS

Pour garantir l'accès des PME aux solutions les plus innovantes, IBM a conclu des partenariats avec de nombreux éditeurs de logiciels leaders sur leur secteur. Citons notamment les alliances avec les spécialistes des progiciels de gestion (Enterprise Resource Planning) comme SAP, Peoplesoft, Enterprise One et IBS.

Des dizaines d'ISV européens ont décidé de participer à la toute dernière initiative mondiale d'IBM: le programme ISV Advantage. Ces entreprises se sont engagées à porter leurs applicatifs sur les plates-formes d'IBM. Pour la France, citons notamment GridXpert, PrimaSolutions, Hardis, CCMX et Horoquartz.

SERVICES : DE LA STRATÉGIE À LA TECHNOLOGIE

L'approche globale d'IBM ne serait pas complète sans une offre complète de services de conseil et d'infrastructure. Celle-ci est conçue pour aider les PME à se rapprocher d'un fonctionnement à la demande par le biais d'une intégration horizontale de leurs processus afin de pouvoir réagir plus rapidement aux changements du marché.

Ces services, fournis à la fois par IBM et par ses partenaires commerciaux, vont de l'assistance technique – par exemple l'installation et la maintenance de systèmes – au support aux opérations, à la sécurité, aux services sans fil et à la formation. IBM Global Services a développé une série d'offres sur mesure pour les PME. Il s'agit notamment des solutions d'hébergement de sites Web ou de gestion des infrastructures. Ajoutons les services à la carte proposés par des

partenaires commerciaux tels que les spécialistes des ressources humaines et du recrutement Employease et HR Smart, le développeur d'applications Intact et le spécialiste de la gestion des relations clients Onyx.

CHAQUE SECTEUR REQUIERT UN SAVOIR-FAIRE SPÉCIFIQUE

L'expertise d'IBM et de son réseau mondial de partenaires commerciaux couvre un périmètre très large. Du commerce de gros et de détail aux services de santé, de la production aux services financiers, de l'assurance aux services professionnels, des milliers d'experts IBM proposent leur savoir-faire et leur connaissance profonde de chaque secteur. Par le biais de ses équipes spécialisées dans les technologies et marchés émergents, IBM apporte un soutien spécifique aux secteurs qui évoluent rapidement tels que les sciences de la vie et les médias numériques.



JE VEUX AVOIR LE CHOIX

LES PARTENAIRES JOUENT UN RÔLE ESSENTIEL

IBM s'engage à soutenir ses partenaires commerciaux à travers un large éventail de programmes. Le programme IBM Small and Medium Business Advantage, lancé en 2003, représente une initiative de grande envergure en faveur des partenaires commerciaux d'IBM. Il comprend des incitations financières, des outils de génération de la demande et des outils de travail collaboratif. Citons le portail IBM Small and Medium Business Advantage Web Portal ainsi qu'une formation au marché des PME via l'univers IBM. A travers ce programme, les partenaires commerciaux d'IBM ont facilement accès à de nouvelles méthodes de développement commercial. Par exemple, un système de génération de la demande, baptisé Campaign Designer, propose plus de 130 outils de marketing spécifiques à différents secteurs et prêts à l'emploi.

LES CLIENTS COMPTENT SUR LES ÉDITEURS DE LOGICIELS INDÉPENDANTS

Dans la mesure où les PME s'adressent de plus en plus aux éditeurs de logiciels indépendants (ISV), surtout localement, pour concevoir et mettre en œuvre des solutions sur mesure, IBM met tout particulièrement l'accent sur le partenariat qu'il noue avec eux. L'initiative ISV Advantage est un vaste programme conçu pour fournir aux ISV le support technique et marketing leur permettant de servir les PME. Contrairement aux autres fournisseurs de logiciels qui développent des applications venant directement concurrencer celles de leurs partenaires, IBM collabore avec les ISV pour trouver les meilleures solutions pour les clients.

Dans le cadre de l'initiative ISV Advantage, les ISV travaillent avec IBM pour porter leurs applications sur les logiciels d'infrastructure ouverte d'IBM, en mettant l'accent sur WebSphere express et DB2 express qui tournent sur Linux. IBM élargira progressivement ce programme pour y inclure ses nouvelles offres de logiciels, de matériels et de services express. Les participants à l'initiative ISV Advantage pourront ainsi mettre en place des solutions complètes pour mieux répondre aux besoins des PME. Depuis son lancement mi-2003, plus de 40 ISV sont inscrits au programme dans la zone EMEA.

L'infrastructure ouverte est l'une des raisons pour laquelle de nombreux ISV choisissent de s'associer avec IBM. Intenia International AB, une entreprise de pointe et un fournisseur de logiciels de gestion (SCM) de la chaîne logistique dédiées aux PME, et dont le siège se trouve à Stockholm, en est un bon exemple. Dans le cadre de l'extension de son alliance stratégique avec IBM, annoncée récemment, Intenia a décidé de standardiser et de porter ses applications Movex Collaboration sur le matériel et le middleware ouverts d'IBM tournant sur Linux.

Par ailleurs, dans le cadre de son alliance stratégique avec SAP, IBM a annoncé en mars 2004 la disponibilité du logiciel SAP Business One sur sa base de données universelle IBM DB2 express Edition. SAP Business One est une application intégrée pour la gestion d'entreprise dédiée aux besoins des PME.

QU'EST CE QUE LE «MIDDLEWARE» ?

LE «MIDDLEWARE» JOUE UN RÔLE CENTRAL. C'EST UNE COUCHE DE LOGICIELS INDISPENSABLE À L'INFRASTRUCTURE INFORMATIQUE. ELLE PERMET L'INTÉGRATION TRANSVERSALE DE FONCTIONS ESSENTIELLES TELLES QUE LES BASES DE DONNÉES, LES MESSAGERIES, LES SERVEURS D'APPLICATION ET LA GESTION DE SYSTÈMES. LE MIDDLEWARE D'IBM, À LA FOIS ÉVOLUTIF, FLEXIBLE ET OUVERT, EST CONÇU POUR FAIRE FONCTIONNER L'ENSEMBLE DE L'INFRASTRUCTURE À TRAVERS DIFFÉRENTES PLATES-FORMES. C'EST LA CONDITION DE LA MISE EN ŒUVRE DE L'E-BUSINESS À LA DEMANDE.

DES SOLUTIONS CRÉATIVES AUX PROBLÉMATIQUES DE L'ENTREPRISE

17

«JE CROIS QU'AVEC SA DIVISION PME-PMI, IBM DISPOSE D'UNE SOLIDE PLATE-FORME À PARTIR DE LAQUELLE IL PEUT ÉTABLIR DES PARTENARIATS LOCAUX AVEC D'AUTRES FOURNISSEURS DU MARCHÉ – ISV, INTÉGRATEURS DE SYSTÈMES, SPÉCIALISTES DIVERS – ET BÂTIR LOCALEMENT DES RELATIONS AVEC LES UTILISATEURS.»



UN ENTRETIEN AVEC... GIUSEPPE GIULIANI,

VICE-PRÉSIDENT, BUSINESS PARTNERS ORGANIZATION, IBM EMEA

PARTENAIRES COMMERCIAUX : MOTEURS ET DÉMULTIPLICATEURS DE L'ACTIVITÉ AVEC LES PME

18

QUE SIGNIFIE LE PARTENARIAT POUR IBM ?

Giuseppe Giuliani : Cela veut dire partager – les investissements, les perspectives et les risques de l'entreprise. Le partenariat va au-delà des simples relations commerciales. Il implique un lien à long terme dans lequel les deux parties travaillent en parfaite harmonie. Cela n'a rien de nouveau en soi. Nos relations avec nos partenaires commerciaux existent depuis de longues années. Le canal des partenaires commerciaux est depuis longtemps au cœur de notre stratégie à l'égard des PME, dans le but d'apporter des solutions sur mesure à nos clients.

OÙ EN EST IBM DANS LA CONSTRUCTION DE PARTENARIATS ?

G.G. : Au cours des dernières années, nos partenaires commerciaux ont distancé les équipes de vente d'IBM dans l'identification des opportunités commerciales, ce qui est un de nos facteurs de succès dans ce domaine. Ils représentent à la fois le moteur et un multiplicateur de notre activité avec les PME. Ils sont moteurs en raison de leur capacité à identifier et à satisfaire un flux important et constant de nouvelles opportunités. Et si vous considérez les forces de vente et les équipes marketing d'IBM en Europe, elles sont décuplées grâce à nos partenaires commerciaux : au lieu de quelque 2 000 personnes, on trouve environ 20 000 vendeurs sur le terrain. Le même facteur multiplicateur se retrouve au niveau de nos ressources techniques et de l'apport de solutions applicatives à nos clients.

QUELS SONT POUR L'AVENIR LES OBJECTIFS D'IBM EN MATIÈRE DE PARTENARIAT ?

G.G. : J'ai deux objectifs qui peuvent se concrétiser à court terme. Le premier consiste à accélérer la vitesse de nos actions communes de vente et de marketing, afin d'identifier les opportunités et de les saisir plus rapidement. Pour ce faire, IBM a consenti des investissements significatifs pour, par exemple, soutenir les éditeurs et intégrateurs locaux en Europe. Le second défi consiste à approfondir encore notre niveau d'échange avec nos partenaires commerciaux. Cela veut dire partager toujours plus et tirer pleinement parti des énormes opportunités que représente l'e-business à la demande.

QUEL RÔLE DOIVENT JOUER LES PARTENAIRES COMMERCIAUX D'IBM DANS L'e-business à la demande ?

G.G. : D'abord, ils peuvent accélérer le rythme auquel les PME adoptent l'offre à la demande –matériels, logiciels et services. Deuxièmement, nos partenaires commerciaux peuvent compléter l'offre de services d'IBM.

COMMENT IBM ET SES PARTENAIRES COMMERCIAUX FOURNISSENT-ILS L'EXPERTISE MÉTIER AUX PME ?

G.G. : Par définition, les partenaires commerciaux ont tous démarré dans un secteur d'activité spécifique. Chacun d'eux bénéficie d'une très bonne connaissance de ce secteur et de ses multiples sous-segments. Nous concentrons nos efforts communs sur l'alignement entre les partenaires commerciaux, les secteurs d'activité et les besoins spécifiques des clients. Pour les PME, tout part d'une solution. Plus de 80 % du secteur informatique se concentre sur l'apport de solutions. Or, dans ce secteur, plus personne ne peut travailler seul. Aujourd'hui, nous faisons partie d'un réseau de valeur et nous travaillons avec plusieurs partenaires pour fournir une solution globale. Nous avons vu que l'innovation était le moteur du marché. De fait, IBM est réputé dans le monde entier pour l'apport de réponses innovantes à ses clients. Nous déposons chaque année plus de brevets qu'aucune autre société. Une grande partie de cette innovation vient également de nos partenaires commerciaux, aussi bien en termes de solutions nouvelles que de méthodes de travail.

QUE FAIT IBM AUJOURD'HUI POUR ACCROÎTRE LA CAPACITÉ DE SES PARTENAIRES COMMERCIAUX À SERVIR LES PME ?

G.G. : Au cours de la dernière année, nous avons concentré toute notre attention sur les programmes et produits spécifiquement conçus pour soutenir les partenaires commerciaux spécialisés dans les PME. Notre initiative SMB Advantage leur permet notamment de réaliser des marges plus importantes sur les opérations avec ces entreprises. Nous avons placé quelque 275 cadres supérieurs d'IBM chez nos partenaires commerciaux dans toute l'Europe par le biais de notre programme «Skills for Growth». Nous positionnons les produits, notamment notre gamme «TopSeller», de manière à faciliter leurs ventes. Et nous réalisons nos processus afin de simplifier nos échanges.

COMMENT IBM ET SES PARTENAIRES COMMERCIAUX PERMETTENT-ILS AUX PME DE DEVENIR PLUS COMPÉTITIVES ?

G.G. : En offrant aux PME la possibilité de devenir des entreprises à la demande, nous apportons deux types d'avantages. Premièrement, elles peuvent faire un meilleur usage de leurs ressources en réduisant les coûts, en se concentrant sur leurs compétences essentielles et en transformant des coûts fixes en coûts variables. Deuxièmement, elles peuvent engendrer de la valeur et développer leurs activités, à travers des produits innovants, un service client plus personnalisé, ou encore en transformant les processus dans l'ensemble de l'entreprise.



JE SUIS PRÊT



IBM France

Tour Descartes
2, avenue Gambetta
La Défense 5
F-92066 Paris-La Défense Cedex

Pour de plus amples informations,
veuillez consulter le site **ibm.com**



Cette brochure, publiée par IBM EMEA Small and Medium Business & Business Partner Communications, est diffusée dans les pays européens afin de leur fournir une vue d'ensemble de l'approche d'IBM et de son engagement sur le marché des PME.

© IBM, le logo IBM, IBM Global Services, IBM Business Consulting Services, DB2, eServer, Lotus, PLM express, Tivoli, WebSphere, sont des marques déposées de International Business Machines Corporation aux États-Unis, dans les autres pays, ou les deux.

Les noms d'autres entreprises, produits et services sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs. Cette publication est fournie à titre d'information.

Crédit photos : IBM, Getty images, Imageshop, Stone, X

© Copyright IBM Corporation 2004