

Convertigo, le mashup pour métier

PAR SERGE-HENRI SAINT-MICHEL - PUBLIÉ LE 06.04

MARKETING
PROFESSIONNEL



Mashups et marketing : Harmonie et mélanges...

Convertigo (ex. Twinsoft depuis 2009), est un éditeur de logiciels de Mashups d'Entreprise. Sa plateforme C-EMS permet aux entreprises de réutiliser et d'étendre les capacités de leur patrimoine applicatif pour construire et déployer rapidement de nouvelles applications WEB 2.0 à moindre coût.

Eric SAMSON, Product Marketing Manager chez Convertigo, répond sans détours à nos questions sur les mashups : objectifs, structure, utilité, processus de mise en place, retours d'expériences...

Chez les clients Convertigo, qui décide de mettre en place un mashup à vocation marketing ?

On rencontre différentes situations selon les entreprises. Parfois la décision est collégiale entre la DSI et le marketing, parfois le marketing décide seul.

Dans le cas où le marketing agit seul, il est important qu'il puisse s'appuyer sur des outils crédibles et fiables, de façon à éviter une éventuelle disqualification par la DSI. Si les mashups véhiculent une image de facilité séduisante pour le grand public, les DSI parlent eux en termes de gouvernance, de sécurité des accès, etc. Les mashups d'entreprise doivent donc impérativement réconcilier ces deux points de vue.

On rencontre de plus en plus souvent des sites Web institutionnels entièrement pris en charge par le marketing (quitte à ce qu'ensuite les interfaces avec le SI soit déléguées à une ou plusieurs équipes informatiques). Pour Convertigo, le responsable Web est souvent l'interlocuteur privilégié. D'autres interlocuteurs classiques sont les responsables d'agrégation / alignement des offres suite à fusion ou bien les analystes de la concurrence qui veulent réagir rapidement face aux nouveaux produits.

Quelles sont les « briques » mises à leur disposition ?

Le marché des services Web dédiés au marketing est en croissance rapide. On trouve ainsi des outils de qualification des adresses, de



Eric SAMSON, Product Marketing Manager, Convertigo

Convertigo, le mashup pour métier

mailing, de géo-localisation, de dédoublonnage, de vérification de capacité de crédit, etc. On trouve en plus tous les nouveaux outils Web 2.0 pour établir de nouveaux liens de communication avec les clients : FaceBook, Twitter, Google Buzz, flux RSS, blogs, etc.

Tout l'intérêt de la solution de mashups de Convertigo est alors de pouvoir combiner ces services (gratuits ou payants) disponibles sur le Web avec les données de l'entreprise issues des systèmes CRM, SFA, ERP, les intranets ou même les applications mainframe ou AS400.

Des exemples de requêtes possibles via ce mashup marketing ?

De nombreuses demandes concernent en ce moment la mise à disposition et la combinaison de sites Web existants sur iPhone. Il s'agit là d'une tendance très marquée. Il ne s'agit pas uniquement d'écrire de nouvelles applications pour smartPhones mais de réutiliser rapidement des parties de sites existants et de les rendre compatibles avec le format particulier des téléphones mobiles.

Une autre demande récurrente est le « sourcing de catalogue » ou « data harvesting » : un distributeur cherche à intégrer automatiquement et homogénéiser les données produits disponibles sur le site de ses fournisseurs directement sur son propre site Web.

Une approche similaire chez les fournisseurs d'agrégation de services ou de comparateurs de prix, comme TooCamp, consiste à vouloir enrichir les données (disponibilités, etc.) en temps-réel à partir des informations mises à jour chez leurs partenaires. Inversement, des fabricants comme Sennheiser, cherchent à publier rapidement sur le Web leurs catalogues issus d'applications lourdes développées sur systèmes IBM, à destination de leur réseau de revendeurs.

Quels sont les objectifs assignés à ces mashups marketing ?

Le besoin de toucher de nouvelles populations de clientèle, à tout moment, en temps-réel est un objectif clé des projets de mashups d'entreprise. Le mot-clé est la fidélisation des clients et des partenaires, en leur évitant de sortir du site Web pour aller chercher par eux-mêmes de l'information ou des services complémentaires. Les mashups permettent de délivrer des sites Web complets, agrégeant des services et des données en provenance de différentes sources hétérogènes tant internes qu'externes.

Plus classiquement, les autres bénéfices attendus des mashups concernent la réduction des coûts et des temps de mises à jour des sites Web, en automatisant des procédures autrefois manuelles.

On rencontre aussi de plus en plus de fournisseurs de services qui recherchent l'optimisation de la relation client en offrant une vision client à 360° qui va puiser des informations client dans les différents systèmes existants. Dans un call center par exemple, la mise en place de mashups va permettre d'éviter aux opérateurs des manipulations lourdes entre plusieurs applications.

Enfin, un cas intéressant d'utilisation des mashups est la mise en commun rapide d'offres (produits et

Convertigo, le mashup pour métier

services) au sein de groupes après les phases de fusions/acquisitions.

Quels sont les délais pour qu'un fonctionnel puisse mettre en place un mashup à partir du moment où la DSI a mis à sa disposition les API ?

Convertigo fournit un Studio basé sur Eclipse à destination de la DSI et un Mashup Composer destiné aux utilisateurs.

L'effort principal consiste à établir depuis le Studio la connexion entre les mashables (composants à connecter dans les mashups) avec les systèmes de l'entreprise (CRM, ERP, etc.) Cette tâche est facilitée par les outils visuels du Studio mais nécessite tout de même une certaine connaissance du système d'information.

A partir du moment où les mashables sont disponibles, leur composition au sein d'un mashup ne demande aucune compétence informatique particulière et se réalise aussi simplement que l'assemblage de briques de Lego. Avec un peu d'entraînement et une bonne bibliothèque de mashables, il est tout à fait possible pour utilisateur de réaliser ses propres mashups en quelques minutes (ou en quelques heures selon la complexité métier du mashup).

Comment se découpent les coûts de mise en place de mashups à l'intérieur d'une entreprise ?

Comme indiqué précédemment, le gros de l'effort consiste à fournir les composants à assembler. Ces composants sont connectés aux ressources de l'entreprise. La force de la technologie de Convertigo est d'être capable d'accéder aux données, applications et pages Web existantes sans avoir besoin de les modifier et même si elles n'ont pas prévues pour être intégrées (pas d'API, pas de services Web, etc.) Convertigo propose une technologie unique qui permet de capturer les données, les écrans et les logiques métier dans leur format natif et de les mettre à disposition dans les mashables. La production de chaque mashable est un mini-projet en soi. Cette étape peut aisément représenter 80% des coûts de mise en place des mashups.

Reste ensuite à composer les mashups, ce qui s'inscrit dans une démarche légère : les utilisateurs assemblent les mashables à la volée, en fonction des demandes métiers.

Comment sont gérées les évolutions / implémentations du mashup ? Par qui ?

On distingue deux types d'évolutions de mashup. Les premières évolutions sont dues à des changements dans les modèles de données, les applications ou les pages sources des mashables. Dans ce cas, les informaticiens doivent intervenir pour mettre à jour les mashables, éventuellement en gérant plusieurs versions en parallèle.

Convertigo, le mashup pour métier

Les secondes évolutions sont dues à un besoin de modifier les mashups eux-mêmes en fonction de nouveaux besoins métier. Les utilisateurs peuvent dans ce cas directement produire de nouveaux mashups à l'aide du Mashup Composer.

Un exemple de « demande incroyable » ?

Un de nos clients, une grande société d'assurance internationale, nous a récemment demandé de réaliser un mashup permettant à ses employés d'ouvrir l'utilisation d'un logiciel de gestion des idées (un marketeur parlerait de « brainstorming collaboratif »).

Le progiciel retenu pour la gestion des idées est entièrement basé sur la plateforme .NET de Microsoft. Il fonctionne en Cloud Computing, mais ne propose pas d'API d'intégration. La technologie de Convertigo permet de simplement porter et adapter cette application sur smartPhone, car les collaborateurs ont plus souvent de bonnes idées quand ils sont en clientèle que derrière leur écran.

De façon similaire, C-EMS permet aussi d'assurer l'interface du système de gestion d'idées avec Google Apps, qui est la plateforme interne de l'entreprise. C-EMS était déjà la seule solution à supporter les mashups de données, de processus et de présentation, elle devient donc aussi la première à supporter les mashups de technologies (.NET et Google Apps) de façon à supporter efficacement cette « boîte à idées dans le Cloud ».