

**Acquia**  
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

**COMMENT CHANGER  
RAPIDEMENT  
D'ORIENTATION  
DANS L'ÉCOSYSTÈME  
DIGITAL ACTUEL**



# ***TABLE DES MATIÈRES***

## **03**

**SYNTHÈSE :** ▶

Si vous ne pouvez pas changer rapidement d'orientation, vous n'êtes pas compétitif.

## **04**

**VOTRE MARQUE EST-ELLE PRÊTE POUR LE FUTUR ?** ▶

Dans quelle mesure votre architecture est-elle adaptable ?

## **08**

**LA VRAIE VALEUR D'UN DSI :** ▶

Ce que les DSI doivent maintenant apporter.

## **13**

**VOUS N'AVEZ PAS À ATTENDRE :** ▶

tout le monde peut adopter une approche ouverte.

## **16**

**LES QUATRE CHOIX PRINCIPAUX :** ▶

Choisissez judicieusement votre infrastructure d'expérience digitale.

## **21**

**ÊTRE PRÊT À CHANGER D'ORIENTATION :** ▶

soyez toujours prêt pour la « prochaine grande nouveauté ».

# SYNTHÈSE

## Construire une infrastructure d'expérience digitale adaptable tout en maintenant une robuste sécurité et une gouvernance solide

### **SI VOUS NE POUVEZ PAS CHANGER RAPIDEMENT D'ORIENTATION, VOUS N'ÊTES PAS COMPÉTITIF**

Les clients utilisent constamment de nouveaux canaux et de nouvelles technologies pour interagir avec les marques. Le véritable avantage concurrentiel repose sur la capacité à offrir de manière cohérente un contenu pertinent et des expériences personnalisées sur tous les canaux appropriés. Pour ce faire, les marques ont besoin d'une infrastructure informatique conçue

pour s'adapter. Cette infrastructure doit être assez agile pour intégrer le nombre croissant de canaux digitaux utilisés par les clients et assez flexible pour pouvoir rapidement changer d'orientation dans le futur.

### **LE DSI DOIT ASSURER LA CRÉATION DE L'AGILITÉ NÉCESSAIRE POUR ENGAGER LES CLIENTS**

Le rôle du DSI était autrefois opérationnel, axé sur la maîtrise des coûts et sur la stabilité et la sécurité des systèmes métier. Aujourd'hui, la valeur d'un DSI repose sur la

création d'une architecture permettant d'exploiter facilement toute technologie nécessaire pour engager les clients, où qu'ils se trouvent.

### **LES SOLUTIONS OUVERTES SONT CONÇUES POUR S'ADAPTER**

La connectivité est présente de façon intrinsèque dans les plateformes basées sur une technologie open source. Ces plateformes sont compatibles avec tous les canaux. Elles disposent de milliers de connexions prédéfinies avec d'autres plateformes et solutions largement adoptées. Une

infrastructure ouverte permet d'intégrer en toute transparence de nouveaux canaux et de nouvelles technologies sans se soucier de l'interopérabilité. Les systèmes ouverts sont en outre supportés par une communauté croissante de développeurs. Ces systèmes évoluent donc plus rapidement et de façon plus efficace que les systèmes fermés ou propriétaires.

### **ACQUIA DRUPAL CLOUD : LE BON CHOIX**

Acquia Drupal Cloud apporte les fonctionnalités d'entreprise nécessaires

pour changer rapidement d'orientation sans pour autant sacrifier la sécurité et la gouvernance. Avec Acquia, vous évitez les risques des solutions prêtes à l'emploi du marché bas de gamme et des solutions « headless only ». Vous évitez également les coûts et la rigidité des solutions propriétaires du marché haut de gamme. C'est réellement le meilleur des mondes.

Nous ne savons pas de combien, ni de quels types de canaux vous aurez besoin dans le futur pour interagir avec vos clients. Mais nous savons qu'avec Acquia, vous n'aurez jamais à vous en soucier.

**SECTION 01**

**VOTRE MARQUE  
EST-ELLE PRÊTE  
POUR LE FUTUR ?**

Dans quelle mesure votre  
architecture est-elle  
adaptable ?





# ***VOTRE MARQUE EST-ELLE PRÊTE POUR LE FUTUR ?***

Dans l'univers digital, de nouvelles plateformes, de nouvelles expériences et de nouveaux appareils apparaissent à un rythme accéléré. Quinze années se sont écoulées entre le lancement du World Wide Web en 1993 et le lancement de l'iPhone en 2007. En ce qui concerne les recherches sur Internet, il n'a fallu que la moitié de ce temps pour qu'elles se fassent principalement sur des appareils mobiles et non plus sur des ordinateurs. Amazon a lancé Alexa et l'Echo en 2014. En 5 ans, Amazon a vendu 100 millions d'unités. Il a fallu à peu près le même temps pour que l'Apple Watch passe du lancement à 305 millions d'exemplaires vendus.

Bien sûr, cette rapidité d'adoption a été dépassée plus récemment par les applications. Pour ne citer qu'un exemple, TikTok est sorti en Chine en 2016 et dans le monde entier en 2018. Moins de quatre ans plus tard, l'application compte plus d'un milliard d'utilisateurs. Par comparaison, il a fallu huit ans à Facebook pour atteindre ce niveau (mais seulement cinq ans pour atteindre son deuxième milliard).

Personne ne sait quelle sera la prochaine technologie à décoller. La réalité augmentée ? La réalité virtuelle ? Les assistants digitaux ? Il est évident cependant que, quelle que soit cette technologie, elle se développera rapidement.

## **LA BONNE ARCHITECTURE DIGITALE**

Le véritable avantage concurrentiel repose sur la capacité à fournir un contenu pertinent et personnalisé sur tous les canaux digitaux utilisés par les clients.

Offrir des expériences personnalisées est cependant devenu plus complexe. Pourquoi ? Tout simplement parce que les acheteurs passent d'un canal à l'autre et d'un appareil à l'autre de manière imprévisible. Les marques ont donc du mal à comprendre le parcours de l'acheteur et à y répondre de manière opportune et pertinente.

**PERSONNE NE SAIT QUELLE  
SERA LA PROCHAINE  
TECHNOLOGIE À DÉCOLLER,  
MAIS, QUELLE QUE SOIT  
CETTE TECHNOLOGIE, ELLE SE  
DÉVELOPPERA RAPIDEMENT.**



Les acheteurs peuvent découvrir un produit sur le web (sur un appareil mobile), faire des recherches sur différents appareils et applications (par exemple, les applications des médias sociaux) puis interagir directement avec la marque via un chatbot. Le client doit avoir le sentiment que chacune de ses interactions informe la suivante et que la marque n'a pas oublié qui il était simplement parce qu'il a changé de canal. Pour être franc, lorsque cette expérience n'est pas uniforme d'un canal à un autre, les clients n'apprécient pas du tout.

Afin de rencontrer les clients là où ils se trouvent, sur tous les canaux qu'ils utilisent, les marques ont besoin d'une architecture digitale adéquate. Plus précisément, d'une architecture digitale suffisamment agile pour intégrer le nombre croissant de canaux digitaux utilisés par les clients. Suffisamment flexible pour pouvoir changer rapidement d'orientation.

En d'autres termes, les marques ont besoin d'une architecture digitale conçue pour s'adapter.



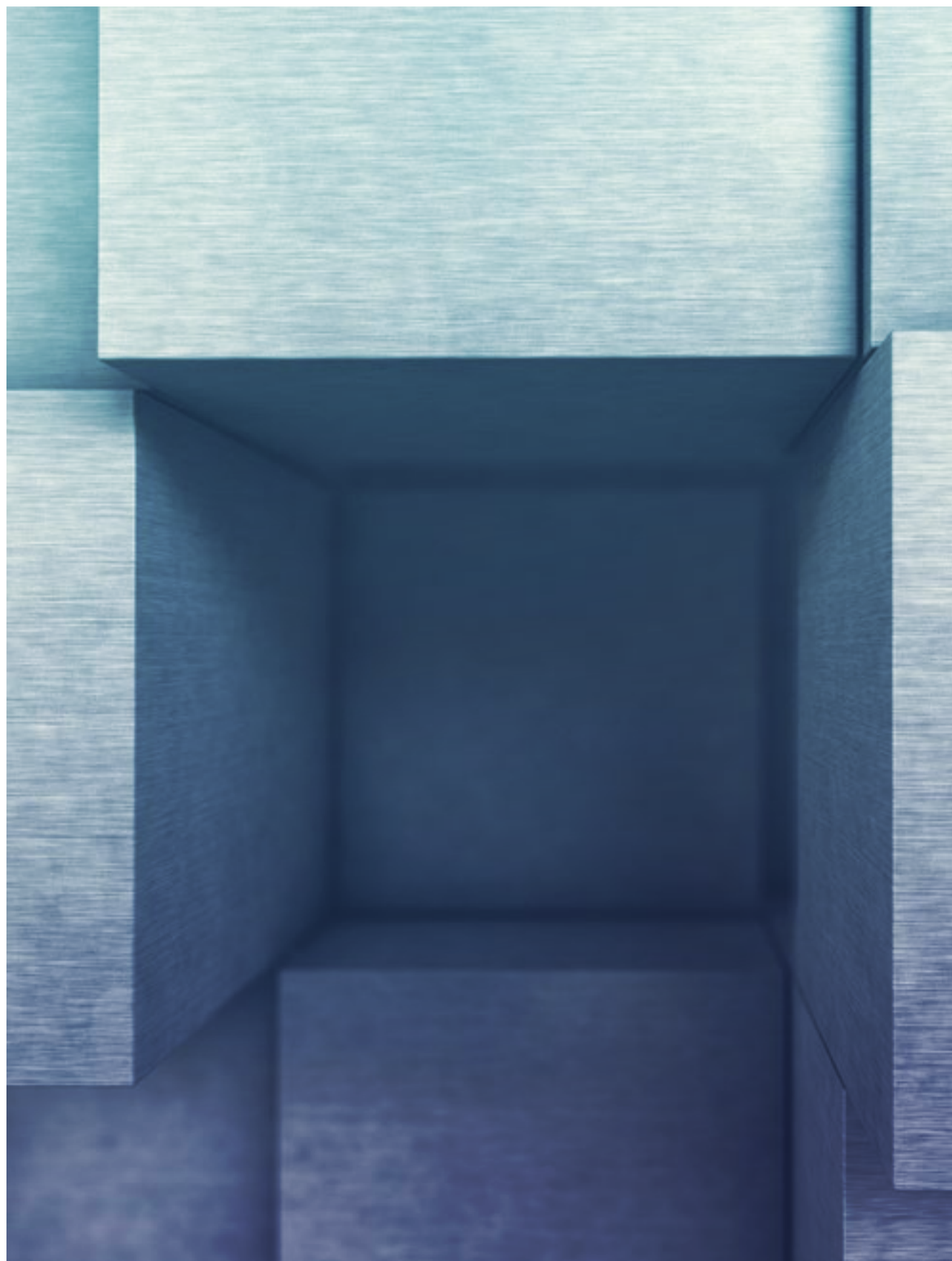
**SECTION 02**

**LA VRAIE VALEUR  
D'UN DSI**

Ce que les DSI doivent  
maintenant apporter.







# LA VRAIE VALEUR D'UN DSI

## **L'ENFERMEMENT PROPRIÉTAIRE**

De nombreuses entreprises dépendent encore de fournisseurs propriétaires pour toutes les technologies permettant de créer, supporter et analyser les interactions digitales. Malheureusement, une technologie propriétaire n'offre pas la flexibilité nécessaire pour s'adapter à la multitude de nouveaux canaux et modes de fonctionnement utilisés par les clients. Les systèmes propriétaires ne sont pas conçus pour s'adapter.

Les plateformes propriétaires enferment souvent les entreprises dans un ensemble de solutions spécifiques à certains canaux (e-mail, web, médias sociaux, etc.). Lorsqu'elles optent pour une solution propriétaire, les entreprises disposent sans doute déjà de solutions ponctuelles axées sur certaines fonctionnalités. Il leur faut malgré tout acheter toute la « pile » proposée par le fournisseur pour que leurs solutions interopèrent.

Les responsables informatiques se retrouvent ensuite bloqués en essayant d'intégrer tout un enchevêtrement de solutions ne fonctionnant que sur certains canaux. Cette situation est tellement chronophage qu'ils n'ont souvent pas le temps de planifier pour le futur. Ils n'adoptent donc pas les nouveaux canaux aussi rapidement, ou pire, ne les adoptent pas du tout. L'entreprise ne peut donc pas rencontrer les clients là où ils se trouvent et l'expérience digitale en pâtit.

### **L'ÉVOLUTION DU RÔLE DU DSI**

Jusqu'à présent, les DSI géraient une poignée de solutions monolithiques (plateformes de marketing par e-mail ou CRM de fournisseurs propriétaires tels qu'Oracle, IBM, Adobe, etc.). Ces solutions géraient des processus métier prévisibles. Le rôle du DSI était essentiellement opérationnel, axé sur la maîtrise des coûts et sur la stabilité et la sécurité des systèmes métier.

Cependant, les temps changent rapidement. Les DSI doivent maintenant encourager l'adoption stratégique d'applications et de technologies favorisant l'innovation. Ils doivent créer une infrastructure qui facilite l'adoption par l'entreprise de toute technologie nécessaire pour engager les clients, où qu'ils se trouvent.

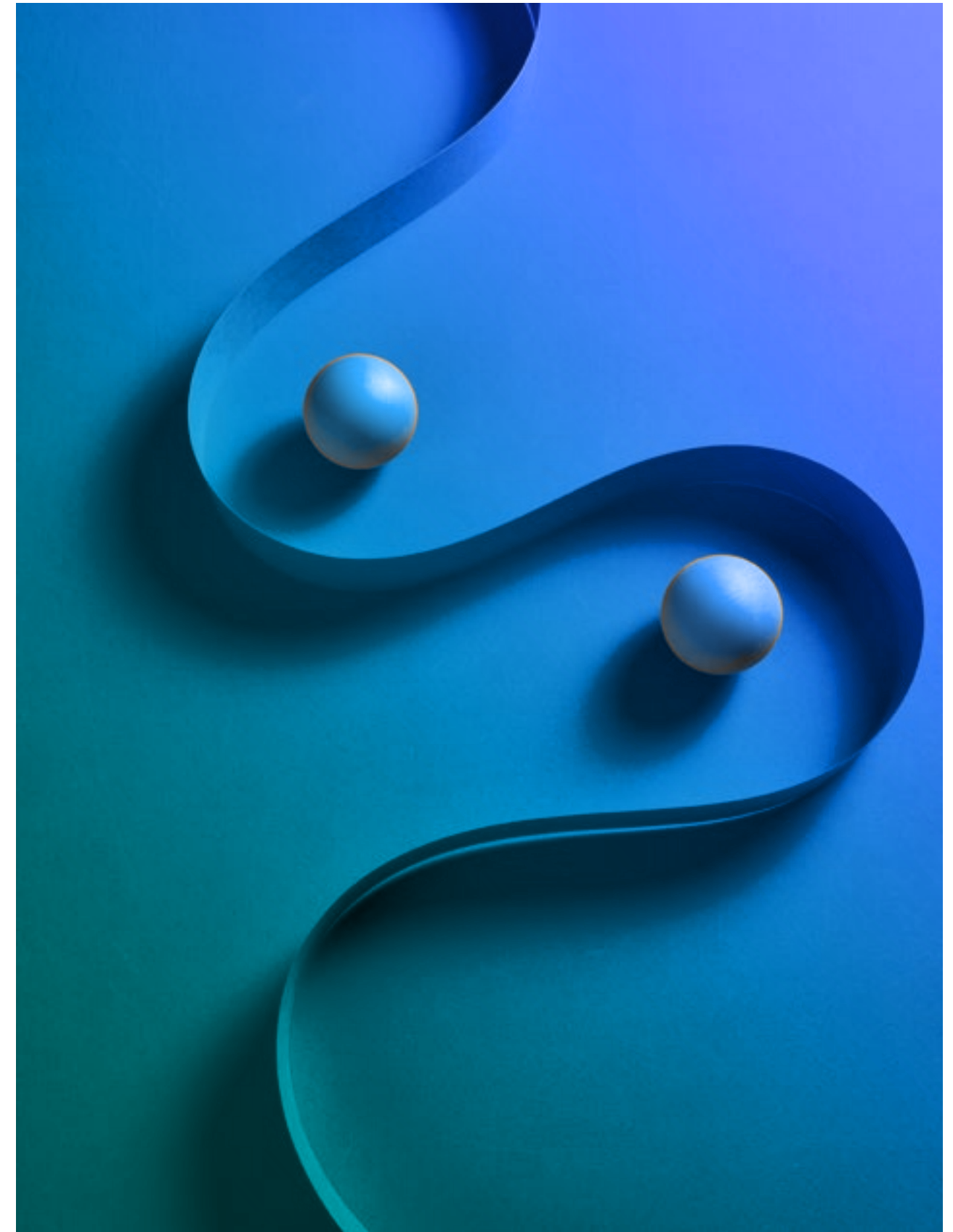
## **DES SOLUTIONS OUVERTES, CONÇUES POUR S'ADAPTER**

Si vous ne pouvez pas vous adapter, vous ne pouvez pas changer d'orientation. Si vous ne pouvez pas changer d'orientation, vous n'êtes plus compétitif. Dans l'espace digital, les mauvaises expériences ont de graves conséquences : les clients passent à la concurrence, les revenus diminuent et les employés les plus talentueux quittent l'entreprise.

Le maintien de la compétitivité commence par une nouvelle approche des technologies assurant l'expérience digitale. Les marques doivent abandonner les systèmes propriétaires fermés et adopter des systèmes ouverts et évolutifs. Elles risquent sinon d'être éclipsées par ceux de leurs concurrents qui seront passés aux systèmes ouverts.

## **LES SOLUTIONS OUVERTES PERMETTENT DE CHANGER D'ORIENTATION RAPIDEMENT, DE FAÇON EFFICACE**

La connectivité est présente de façon intrinsèque dans les plateformes basées sur la technologie open source. Ces plateformes sont compatibles avec tous les canaux. Elles disposent de milliers de connexions prédéfinies avec d'autres plateformes et solutions largement adoptées. Avec une infrastructure ouverte, vous pouvez intégrer de façon transparente de nouveaux canaux et de nouvelles technologies sans avoir à vous soucier de l'interopérabilité. Vous êtes donc toujours prêt à adopter rapidement de nouvelles technologies.



Les systèmes ouverts sont en outre supportés par une communauté croissante de développeurs. Ces systèmes évoluent plus rapidement et de façon plus efficace que les systèmes fermés ou propriétaires. Des plug-ins et des intégrations sont constamment créés pour les nouveaux canaux et les nouvelles technologies. Vous pouvez facilement adopter tout ce dont vous avez besoin pour changer d'orientation et rencontrer les clients sur leurs canaux préférés.

Face à un monde qui change aussi rapidement, quel est, selon vous, le meilleur moyen pour rester compétitif ? Une architecture propriétaire, spécifique à un canal et qui a toujours été fermée ? Ou un écosystème modulaire et extensible ouvert dès le premier jour ?

***DANS L'ESPACE DIGITAL, LES MAUVAISES EXPÉRIENCES ONT DE GRAVES CONSÉQUENCES : LES CLIENTS PASSENT À LA CONCURRENCE, LES REVENUS DIMINUENT ET LES EMPLOYÉS LES PLUS TALENTUEUX QUITTENT L'ENTREPRISE.***



**SECTION 03**

**VOUS N'AVEZ PAS  
À ATTENDRE**

Tout le monde peut adopter  
une approche ouverte.





# VOUS N'AVEZ PAS À ATTENDRE

Mais peut-être vous dites-vous : « Ça a l'air parfait. J'ai besoin de cette agilité. Je dois être prêt pour le futur, mais nous avons déjà investi dans notre installation actuelle et signé des accords avec nos fournisseurs ».

Peu importe où vous en êtes dans votre parcours IT. Que votre organisation repose sur des décennies d'anciennes technologies ou que vous soyez une jeune entreprise à la recherche de solutions optimales, vous pouvez dès à présent commencer à adopter la puissance des technologies ouvertes. Grâce à leur interopérabilité inhérente, vous pouvez rapidement intégrer les solutions ouvertes, dites « API-first », dans votre infrastructure existante.

Il est possible que certaines de vos solutions propriétaires soient parfaitement adaptées à vos besoins. La bonne nouvelle, c'est qu'il n'est pas nécessaire de supprimer et de remplacer quoi que ce soit. Les solutions ouvertes vous permettent de créer un écosystème compatible avec ce que vous utilisez déjà. Elles vous apportent une architecture prête pour le futur, capable d'évoluer en réponse à chaque nouvelle attente de vos clients.

À titre d'exemple, supposons que vous hébergiez des applications sur un cloud public, avec Salesforce comme CRM et un ancien système de gestion de contenu (CMS) de type .NET. Vous devez lancer un nouveau site de campagne, mais vous ne pouvez pas tenir les délais à cause du travail d'intégration nécessaire. Ceci, sans parler du simple fait que les fournisseurs propriétaires ne facilitent pas toujours le déplacement de votre contenu et de vos données.

C'est une opportunité parfaite pour explorer les avantages et la rapidité de l'open source. Avec l'open source, il existe des connecteurs prédéfinis pour le CRM de Salesforce. Il existe aussi des modules à associer à une interface conversationnelle. Le contenu peut être assemblé via une série de composants et non extrait d'une seule page web. L'interopérabilité des technologies ouvertes et la possibilité d'assembler dynamiquement de nouvelles expériences vous permettent de changer rapidement d'orientation.

***PEU IMPORTE OÙ VOUS EN ÊTES DANS VOTRE PARCOURS IT, VOUS POUVEZ DÈS À PRÉSENT COMMENCER À ADOPTER LA PUISSANCE DES TECHNOLOGIES OUVERTES.***

**SECTION 04**

**LES QUATRE  
PRINCIPAUX CHOIX**

Choisissez judicieusement  
votre infrastructure  
d'expérience digitale.





# LES QUATRE PRINCIPAUX CHOIX

Pour construire votre infrastructure d'expérience digitale, vous avez quatre options.

## 1. FOURNISSEURS PROPRIÉTAIRES

À première vue, les fournisseurs propriétaires semblent le choix le plus sûr du fait de leur présence de longue date sur le marché. Cependant, leur modèle de conception et d'entreprise impose de réelles limitations à l'agilité et à l'adaptabilité d'une entreprise.

Très souvent, ils rendent intentionnellement difficile l'intégration d'outils extérieurs à leur propre pile technologique. Lorsque ces fournisseurs adoptent de nouveaux canaux, ils le font de

manière ponctuelle et disparate. Pour s'adapter et changer d'orientation, ils ont deux options. Ils peuvent mettre sur pied une équipe de développeurs (ce qui prend du temps) pour construire les nouvelles fonctionnalités. Ou bien ils peuvent acheter des solutions existantes et les intégrer à leurs propres outils.

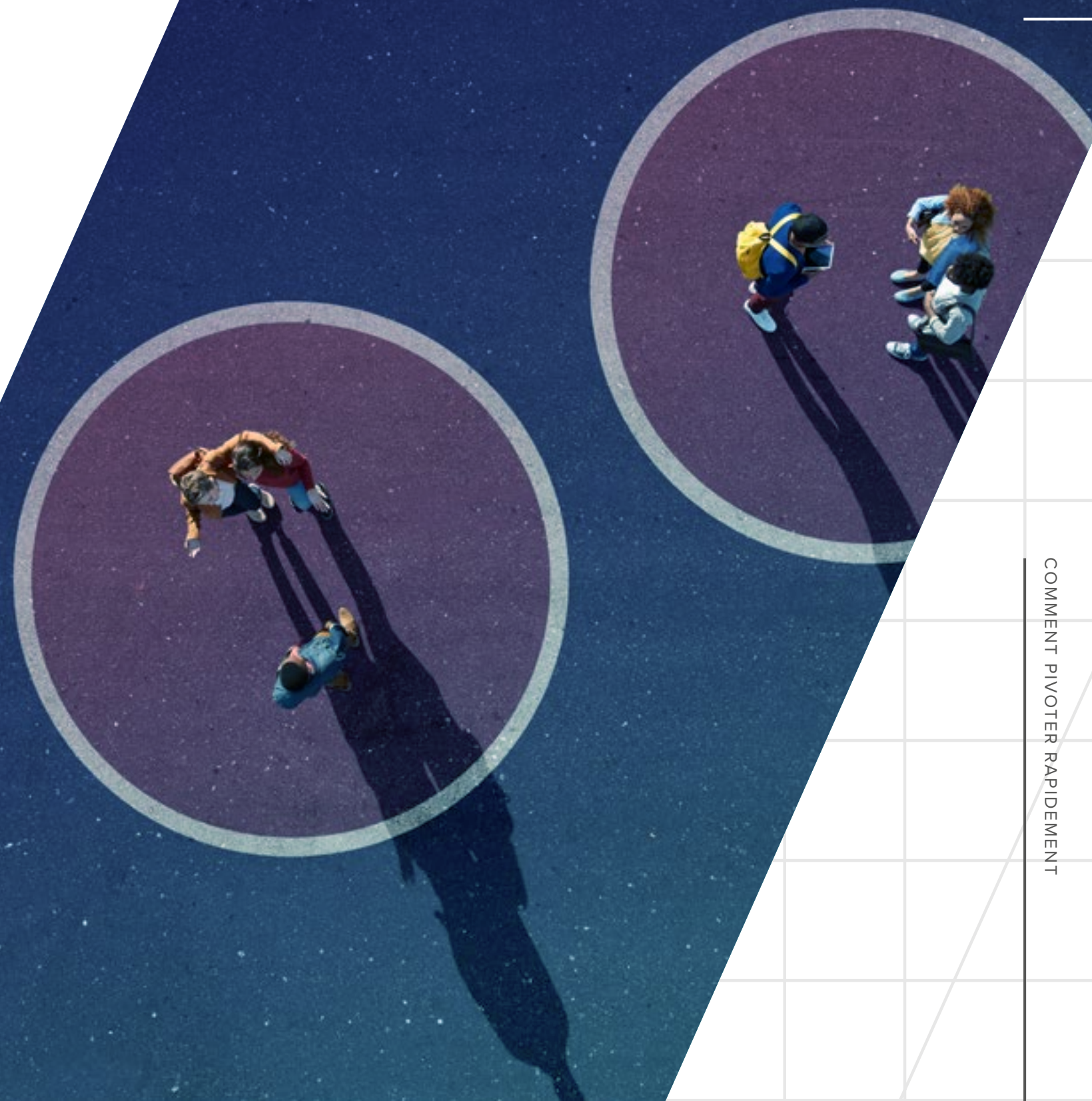
Ces intégrations ne sont pas transparentes. Souvent, elles ne fonctionnent pas de manière optimale. De telles solutions, en raison de leurs limitations inhérentes, freinent votre propre capacité à changer d'orientation et ralentissent la mise sur le marché des nouvelles initiatives digitales. Cette option propriétaire est en outre la plus chère.

## 2. OUTILS PRÉDÉFINIS DE CRÉATION D'EXPÉRIENCES DIGITALES

À l'autre bout du spectre, vous avez de nouveaux outils prédéfinis de création d'expériences digitales. Ils sont généralement simples et peu coûteux à mettre en place. Il s'agit de plateformes ouvertes qui permettent effectivement d'accélérer la mise sur le marché. Ces outils sont relativement simples à utiliser et bien moins chers que les solutions propriétaires.

Cependant, ce faible coût s'accompagne de certaines contraintes. Ces solutions limitent le niveau de complexité atteignable par votre infrastructure. Vous ne pourrez pas ajouter de manière fiable tous les outils et fonctionnalités dont vous pourriez avoir besoin dans le futur.

À mesure que la complexité de votre infrastructure digitale augmente, ces plateformes créent une multitude de risques de sécurité et de problèmes de gouvernance. En effet, avec ces solutions, vous ne pouvez pas adopter d'outils de sécurité et de gouvernance plus sophistiqués. Pour une entreprise, cette option est donc insuffisante.



### **3. PLATEFORMES CMS « HEADLESS »**

Au cours des cinq dernières années, le marché des CMS a vu l'émergence de plateformes « headless CMS ». Ces plateformes ont été conçues pour déployer du contenu sur de multiples canaux digitaux. Elles donnent le pouvoir aux développeurs grâce à un framework flexible. Ils peuvent déployer du contenu sur tout canal digital aujourd'hui viable, et pourront la faire sur tout canal futur, quel qu'il soit.

Les plateformes CMS headless exigent cependant une structure de développement mature et une stratégie définie. Pour les marketeurs et les utilisateurs non-techniciens, leur usage est donc limité. La grande majorité des déploiements headless n'ont pas répondu aux attentes en termes d'adoption, de sécurité, de gouvernance et de retour sur investissement. La plupart des organisations ont besoin d'une solution combinant la flexibilité d'un CMS headless, la convivialité nécessaire au marketeur et la sécurité de l'entreprise.



## **4. LA SOLUTION IDÉALE : ACQUIA DRUPAL CLOUD**

Acquia apporte les fonctionnalités, la sécurité et la gouvernance d'entreprise nécessaires pour changer rapidement d'orientation, de façon efficace.

Grâce à une communauté de développeurs Drupal en constante expansion, Acquia ajoute des fonctionnalités et des capacités plus rapidement que toute plateforme fermée. Cette approche dynamique accélère considérablement la mise sur le marché et la rentabilisation. Les intégrations sont transparentes et ne se limitent pas à une pile propriétaire. Vous pouvez utiliser tous les outils dont vous avez besoin selon une approche « best-of-breed ».

Avec Acquia, vous évitez les risques des solutions du marché bas de gamme, de même que les coûts et la rigidité du marché haut de gamme. C'est réellement le meilleur des mondes.

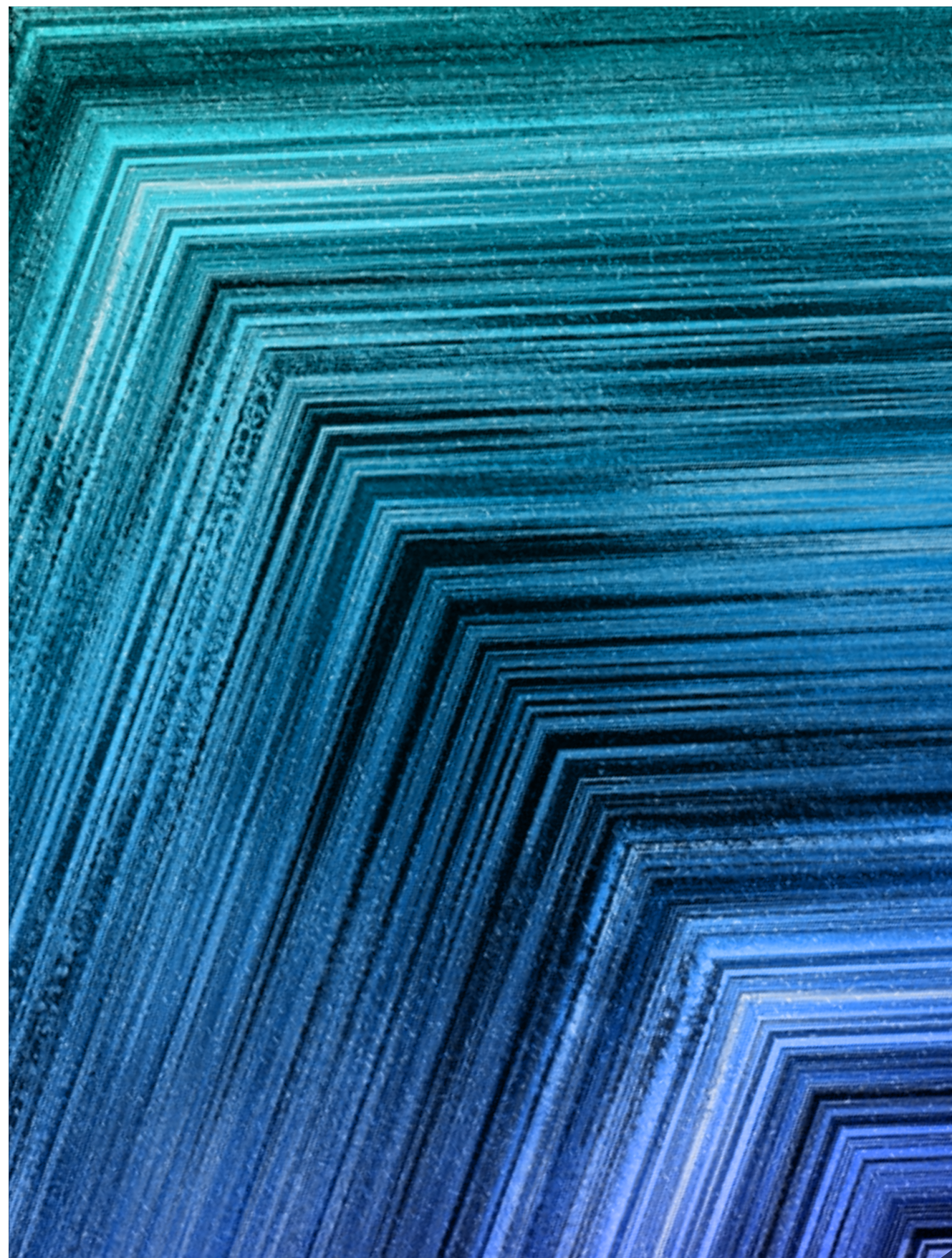
**SECTION 05**

**ÊTRE PRÊT  
À CHANGER  
D'ORIENTATION**

Soyez toujours prêt pour la « prochaine grande nouveauté ».

COMMENT PIVOTER RAPIDEMENT





# ÊTRE PRÊT À CHANGER D'ORIENTATION

La technologie évolue vite et les préférences des clients avec elle. Posez-vous la question : il y a un an ou deux, lorsque tout le monde a compris l'importance de passer de Facebook et Twitter à Instagram, aviez-vous déjà entendu parler de TikTok ?

Nous ne savons pas de combien, ni de quels types de canaux vous aurez besoin dans le futur pour interagir avec vos clients. Mais avec Acquia, nous savons que vous n'aurez jamais à vous en soucier.

La solution Acquia est basée sur la technologie open source de Drupal. La connectivité y est donc présente de façon intrinsèque. Compatible avec tous les canaux, Acquia offre des milliers de connexions prédéfinies. Nous tirons parti des intégrations disponibles de la communauté Drupal pour fournir une architecture flexible et ouverte conçue pour les canaux émergents.

Grâce à cette approche, les marques ont la liberté de choisir les outils qui répondent à leurs besoins. Elles peuvent intégrer rapidement les systèmes et adopter facilement « la prochaine grande nouveauté ». De plus, cette large disponibilité d'outils permet de gagner du temps et de l'argent qui seraient autrement consacrés à l'élaboration d'intégrations ou de solutions de contournement personnalisées.

Si vous êtes déjà bien avancé dans votre parcours, Acquia peut s'adapter directement à votre stratégie. Si vous n'en êtes qu'au début, Acquia peut vous aider à vous engager sur cette voie.

**EXPLOITEZ LA PUISSANCE DES  
TECHNOLOGIES OUVERTES.  
VOUS VOUS LE DEVEZ À  
VOUS-MÊME. VOUS LE DEVEZ À  
VOS CLIENTS.**



# ***PRÉPAREZ-VOUS AU FUTUR***

Changez d'orientation et adaptez-vous à ce que l'avenir vous réserve, avec une architecture ouverte.

***EN SAVOIR PLUS ▶***



# Acquia

ACQUIA.COM

## À PROPOS D'ACQUIA

Acquia est la société d'expérience digitale open source. Nous donnons aux marques les plus ambitieuses du monde accès à la technologie qui leur permet de faire fond sur l'innovation et de créer des moments client qui comptent. Chez Acquia, nous croyons au pouvoir de la communauté - et donnons à nos clients la liberté de construire l'avenir, à leur propre rythme.

