

IDC PERSPECTIVE

L'excellence de l'expérience d'entreprise (« North Star ») constitue le fondement même d'IBM iX

Gerry Brown

EXECUTIVE SNAPSHOT

FIGURE 1

Executive Snapshot : L'excellence de l'expérience d'entreprise « North Star » constitue le fondement même d'IBM iX

Cette perspective IDC traite de l'expérience interactive d'IBM (iX). IBM iX a beaucoup à offrir aux entreprises qui souhaitent placer l'expérience client (CX) au centre de leur business. Il propose des services de conseil en stratégie numérique et des centres d'innovation qui agissent comme des catalyseurs pour les déploiements numériques à grande échelle, notamment les workflows et les processus, le déploiement de plateformes d'applications et des innovations d'applications cloud évolutives. IBM assume l'entière responsabilité et la propriété de la solution complète d'expérience numérique.

Points-clés

- IBM iX est un leader en matière de stratégie numérique et de services de design qui cherche à stimuler l'engagement des clients du point de vue des expériences attendues plutôt que des fonctionnalités technologiques.
- Le principal facteur de différenciation d'IBM iX est sa capacité à bénéficier de la puissance mondiale d'IBM et de ses compétences techniques approfondies pour fournir des solutions d'innovation numérique d'entreprise adaptées à l'échelle mondiale.
- Les entreprises souhaitent devenir plus « intelligentes » en utilisant des technologies telles que l'intelligence artificielle (IA) et l'analytics comme canal. L'adoption par IBM iX de l'informatique cognitive et la position d'IBM en tant que pionnier de l'IA via IBM Watson seront attrayantes pour ces entreprises.

Actions recommandées

- Les grandes entreprises devraient considérer IBM iX comme un potentiel « partenaire stratégique de business design » pouvant fournir toutes les compétences et fonctionnalités nécessaires pour apporter des solutions numériques basées sur l'expérience.
- Les petites entreprises seraient peut-être mieux avisées d'envisager des sociétés de design locales plus abordables et pour lesquelles les services d'IBM pourraient représenter les « grands moyens ».
- Il est recommandé à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, de donner la priorité à « l'expérience » en tant que mantra opérationnel de base, car la différenciation concurrentielle passe inévitablement et rapidement du produit et du prix à l'expérience client.

Source : IDC, 2020

APERÇU DE LA SITUATION

IBM iX fait partie de l'organisation Global Business Services d'IBM

IBM iX emploie 17 000 personnes et est l'une des neuf offres de services au sein de Global Business Services (GBS) d'IBM. L'organisation GBS de 16,6 milliards de dollars fournit des services mondiaux de conseils, d'intégration de systèmes, de gestion d'applications et d'externalisation de processus métiers. GBS est le « partenaire de la réinvention numérique » pour les clients IBM, combinant la connaissance du secteur, l'expertise fonctionnelle et les applications, avec la conception de technologies cognitives et le cloud. IBM iX fait partie de l'organisation de conseils de GBS.

Le chiffre d'affaires de GBS Consulting a augmenté d'environ 3,7% en 2019 pour atteindre 8 milliards de dollars, avec une croissance continue de la rentabilité à chaque trimestre de 2019. Dans ce domaine, IBM iX est un élément-clé et a lui-même connu une croissance régulière au cours des 16 derniers trimestres (quatre ans). Dans la liste eConsultancy des agences numériques du Royaume-Uni, IBM iX a augmenté son chiffre d'affaires de 5% pour atteindre 282 millions de livres sterling en 2019, en deuxième position derrière Accenture et bien devant ses rivaux immédiats Atos, Capgemini et Cognizant.

Certains seront surpris d'apprendre qu'IBM soit un leader en matière de stratégie numérique et de services de design. Ces prestations ne sont normalement pas associées aux compétences de services de base d'IBM en matière d'intégration de systèmes et de conseils techniques. En fait, IBM iX est au cœur de la proposition d'IBM GBS Consulting qui est de « proposer des solutions qui aident les clients à créer leurs projets numériques et leurs expériences clients, à définir leurs modèles de fonctionnement cognitif et à libérer le potentiel de leurs données pour améliorer la prise de décision ». IBM iX est peut-être un joyau caché au sein de l'organisation IBM.

IBM iX et expérience

IBM iX opère à partir de 60 centres de design répartis sur six continents qui offrent des expériences IBM « Garage » aux clients. Sur ces 60 centres, 23 sont situés dans des villes européennes. Les Garages sont des « programmes » et non des espaces physiques. Un Garage est une façon de travailler qui peut se matérialiser dans un espace chez un client (pré-COVID-19), dans des espaces partagés tels que WeWork, ou à 100 % virtuellement (post-COVID-19). Des centaines de Garages sont actuellement en cours. En réponse au COVID-19, les Garages sont passés d'un mix physique/virtuel à un modèle 100% virtuel du jour au lendemain.

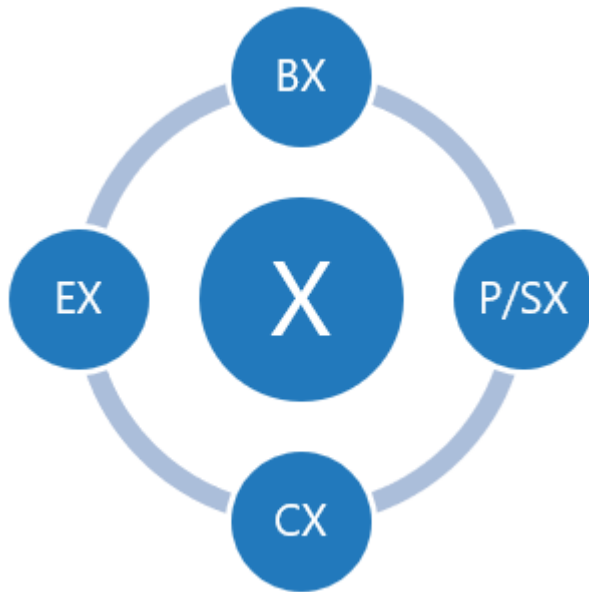
IBM iX travaille à l'intersection de la stratégie, de la créativité et de la technologie pour aider les clients à réinventer numériquement leur business. Les clients s'associent à IBM iX pour définir une stratégie, créer des expériences exceptionnelles et développer leur business dès la conception. IBM iX aide les clients à mettre en œuvre leurs stratégies business à l'aide de la technologie grâce à ses six pratiques opérationnelles de base : engagement client et design, mobile, commerce numérique, plateformes marketing, CRM/Salesforce et stratégie numérique.

L'expérience client est au cœur du portefeuille de services et du modèle de mise sur le marché d'IBM iX. IBM iX estime que les clients devraient avoir une expérience client « North Star », c'est-à-dire l'excellence de l'expérience client comme vision de l'expérience future de l'entreprise. L'équipe Customer Engagement and Design (CE&D) d'IBM iX aide à aligner la vision de la marque et les stratégies d'entreprise, permet l'innovation technologique pour les clients et les collaborateurs, active l'expérience employé (EX) pour offrir l'expérience client et étend l'expérience client à tous les écosystèmes. Selon IBM iX, l'approche centrée sur le client et l'empathie doivent être prioritaires dans toute l'entreprise pour des améliorations durables de l'expérience client. Cette stratégie a de fortes synergies avec le modèle d'IDC pour l'avenir des clients et des consommateurs (FoCC).

La marque IBM iX personnifie sa vision globale de l'expérience comme un mantra global qui va au-delà de la seule expérience client. IBM abandonne le « C » de « CX » pour amplifier le concept des omni-expériences globales parmi les clients, les collaborateurs et les partenaires commerciaux. La figure 2 montre les principes de fonctionnement d'IBM iX : expérience de marque (BX), expérience produit/service (P/SX), CX et EX. CX et EX sont les principaux résultats business qu'IBM iX fournit dans les « transformations basées sur l'expérience », guidées par les objectifs et les motivations du client, les valeurs business, les compétences et les méthodes de travail.

FIGURE 2

Principes de fonctionnement d'IBM iX

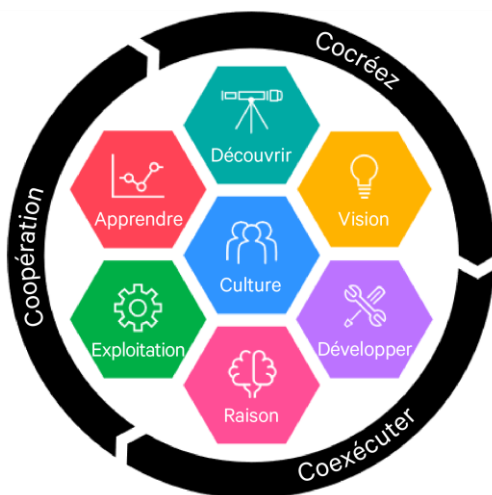


Source : IDC, 2020

IBM iX estime que ses clients devraient créer une culture centrée sur le client en adoptant une agilité d'entreprise, des pratiques de design centrées sur l'humain et en encourageant la curiosité et l'innovation numérique grâce à l'autonomie de ses employés. IBM iX se positionne comme un facilitateur qui aide ses clients à auditer leur expérience actuelle et à démarrer rapidement leur transformation numérique et leur innovation CX, grâce à l'approche immersive de Garage.

FIGURE 3

Méthodologie « Garage » d'IBM iX



Source : IBM, 2020

Garage est une méthodologie autour de l'innovation (fournissant « l'innovation as a service ») et de la transformation (pour la rapidité de mise en œuvre et l'évolutivité). Garage est « l'endroit » où les différentes équipes métiers se réunissent avec des partenaires stratégiques et des start-ups pour co-crée et envisager l'avenir, co-exécuter pour construire et faire évoluer, et co-exploiter pour dupliquer et s'améliorer continuellement en utilisant de nouvelles plateformes business et des workflows intelligents. Les expériences de Garage fonctionnent bien avec cinq conditions préalables - la bonne intention, les bonnes personnes, la technologie adaptée, les processus agiles et les lieux propices à l'innovation, qu'ils soient physiques ou virtuels.

Au cours d'une expérience IBM Garage, les clients travaillent avec une équipe d'experts techniques pour définir, concevoir et développer un produit ou une application qui résout un problème business dans le cloud. En utilisant une approche basée sur le design, le Garage devient un banc d'essai pour les tests et les développements. Tout d'abord, le problème business doit être défini. Lors d'un atelier d'entreprise, le « design thinking » d'entreprise est utilisé pour identifier un cas d'usage et cibler les utilisateurs, définir l'hypothèse business et créer un produit minimum viable (MVP). Il s'agit d'un projet hautement collaboratif qui est co-créé, co-exécuté et co-exploité par IBM et son client - l'appropriation par le client du problème et de sa solution sont indispensables pour réussir le transfert de compétences et le développement sur le long terme.

IBM iX estime que ces applications sont des produits et services vivants que le client possède et qui peuvent être développés et dupliqués en continu. L'équipe transverse découvre le problème, envisage la solution, développe le prototype, applique des techniques d'IA dans le design (Raison), exploite, apprend et instaure une culture d'innovation haute performance pour le client. IBM iX fournit une boucle infinie pour les MVP. IBM iX colocalise les clients dans un Garage IBM, IBM Studio, un site client réel ou virtuel ; puis recrée les modèles et pilote la solution d'application dans l'environnement de travail du client.

Qu'est-ce qui différencie IBM iX des autres agences de design ?

Les processus Garage décrits ci-dessus ne sont pas nécessairement propres à IBM. De nombreuses agences de design et prestataires de services proposent des services similaires. Cependant, IBM dispose de plusieurs atouts qui sont difficiles, voire impossibles, à reproduire pour ces agences et prestataires de services.

Taille, puissance et portée de l'organisation globale d'IBM

IBM est une agence numérique hybride et de conseils complète, qui agit comme un guichet unique pour la transformation numérique. IBM est compétent pour assumer le rôle de premier contractant et la responsabilité et l'appropriation de la gestion du changement au nom des clients. IBM iX peut bénéficier de la puissance des ressources mondiales d'IBM pour fournir des solutions de transformation d'entreprise de bout en bout aux clients. En un sens, IBM iX est le fer de lance - le point d'entrée créatif permettant aux clients de s'engager avec l'ensemble de l'organisation IBM. IBM iX s'appuie sur un réseau de distribution mondial, issu de toutes les technologies, solutions et services d'IBM, notamment IBM Research et les Global Technology Services (GTS) d'IBM.

La plupart des dirigeants veulent maintenant plus que de l'innovation tactique - ils veulent industrialiser et faire évoluer l'innovation numérique et le numérique dans toute l'entreprise à l'échelle mondiale. Ils veulent éviter les « actes aléatoires du numérique » et le « chaos agile » qui créent des îlots d'innovation, mais veulent adopter une « agilité ciblée » à grande échelle. C'est là que les ressources IBM peuvent être pleinement exploitées. IBM est un bon choix lorsque la transformation numérique nécessite de « gros travaux », tels que des intégrations complexes avec des systèmes legacy et des implémentations locales spécifiques, dans de nombreuses zones géographiques. IBM peut fournir une stratégie numérique et la mettre en œuvre à l'échelle mondiale. Cette possibilité va au-delà de la simple mise en œuvre - IBM peut offrir une évolutivité et une portée qui lui permet de proposer un package complet de gestion du changement, d'éducation et de formation dans l'ensemble des activités mondiales d'un client.

Relations stratégiques multi-éditeurs

Dans de nombreux domaines tels que l'utilisation des applications Salesforce et Adobe, IBM dispose d'une profondeur et d'une étendue de ressources qui dépassent les possibilités de la plupart des agences de design. Cette spécificité peut aider les clients IBM à se libérer de la puissance de leurs plateformes, qui sont souvent sous-utilisées et non optimisées pour le travail en cours.

Par exemple, IBM a acquis le leader de l'implémentation de Salesforce Bluewolf, qui fournit à IBM une expertise approfondie de Salesforce, en particulier pour Field Service Lightning. IBM iX est indépendant de la plateforme, ayant cédé ses actifs logiciels CX à Acoustic et HCL, pour pouvoir se concentrer sur la prestation de services sans risque de conflit d'intérêts avec les fournisseurs.

Cependant, IBM peut toujours faire appel à ses relations stratégiques avec d'autres grands éditeurs pour proposer des ressources spécialisées approfondies. Par exemple, la mobilité est un aspect important de la transformation numérique, et IBM peut bénéficier de ses relations solides avec Apple et Samsung pour aider ses clients dans leurs implémentations. IBM a également un partenariat bien établi avec SAP, ce qui lui permet d'aborder les marchés des télécommunications et des médias conjointement avec SAP. Les autres partenaires stratégiques sont Acquia, Sitecore et Acoustic.

IBM iX EMEA a récemment été récompensé en tant que partenaire de l'année Adobe Digital Experience Delivery Quality. Adobe a salué « l'investissement continu d'IBM iX dans la certification et la spécialisation pour fournir une expertise approfondie des solutions Adobe dans tous les principaux secteurs du marché dans la région EMEA ». Adobe et IBM iX ont étendu leur partenariat mondial pour incorporer Adobe XD, la plateforme de conception d'expérience d'Adobe. L'offre conjointe d'Adobe et d'IBM iX permet la mise en œuvre et la personnalisation du système de conception Carbon open source d'IBM, qui est intégré à Adobe XD.

IBM créateur de « L'Enterprise Cognitive »

L'activation de « l'entreprise cognitive » est un élément important de différenciation d'IBM iX. IBM iX bénéficie de l'expérience approfondie d'IBM en matière d'analyse et des fonctionnalités d'IBM Watson pour offrir une expérience d'entreprise combinée à l'humain, aux plateformes métiers et aux workflows intelligents.

Les systèmes cognitifs et le machine learning doivent faire partie intégrante de la transformation numérique plutôt qu'être considérés comme un complément pour les implémentations dans le cloud. IBM iX assiste les clients dans leur parcours pour devenir des entreprises cognitives, en les aidant à créer des stratégies et des expériences de plateforme d'entreprise ; transformer les processus en workflows intelligents à l'aide de l'IA et construire des infrastructures cloud hybrides et ouvertes.

IBM possède la plus grande expérience et la base de connaissance la plus approfondie en matière de construction et de mise en œuvre de systèmes cognitifs de tous les fournisseurs. Par conséquent, IBM iX est un partenaire de business design logique pour les clients souhaitant devenir des entreprises cognitives (intelligentes).

Solutions sectorielles complètes

L'expérience client est très différente selon les secteurs, qui varient en termes de modèles d'adoption, de modèles d'exploitation, de fournisseurs historiques, etc. IBM iX répond à ces différences, offrant un soutien dédié aux secteurs suivants : les services financiers, le secteur public, les communications, la distribution et les différents secteurs industriels. Les cas d'usage spécifiques par secteur déterminent ses engagements avec ses clients. IBM iX propose le design, une expertise spécifique sectorielle et un large portefeuille de technologies pour aider les clients à gérer la réinvention numérique.

CONSEILS POUR LES ACHETEURS

IBM iX place la CX au cœur de sa proposition de valeur. C'est un facteur de différenciation important en soi - la plupart de ses concurrents directs plaçant l'expérience client comme un simple élément de leurs portefeuilles de services. Les recherches d'IDC montrent que l'expérience client est désormais un résultat clé souhaité par les acheteurs IT, qui stimule l'acquisition de technologies et la fourniture de services. La CX n'est pas un service complémentaire, et IBM a raison de le reconnaître. IBM a également raison de reconnaître que l'expérience va au-delà de l'expérience client directe et impacte tous les aspects de l'entreprise.

IBM iX n'a peut-être pas l'image de designer puriste de certains de ses pairs, mais son offre globale, ses compétences et ses fonctionnalités en font un choix attrayant et à faible risque pour les responsables d'entreprise, notamment les CEO, CIO, CDO et COO. Les entreprises mondiales à la recherche de prestations de services numériques évolutives devraient inclure IBM iX dans leurs shortlists. C'est sans doute ce qui a séduit les clients IBM iX basés en Europe, tels que BP, Lloyds Bank et le Crédit Mutuel.

EN SAVOIR PLUS

Recherche complémentaire

- *IT Suppliers, COVID-19, and CX: Use Empathy to Help Clients Rebalance Their CX* (IDC #EUR246172220, Avril 2020)
- *The Future of the Customer and Consumer: The Enterprise Perspective* (IDC #EUR146229920, Avril 2020)
- *The Role of Trust in Customer Experience: Findings from the IT Buyer Experience Survey, 2019* (IDC #US45544919, Septembre 2019)

Synopsis

Cette perspective IDC présente IBM iX et sa focalisation sur les expériences pour offrir empathie, expérience et impact dans ses engagements numériques d'entreprise. IBM iX fournit des services de conseil en stratégie numérique et des services d'innovation numérique, grâce à ses studios numériques, pour des projets utilisant la méthodologie d'innovation « Garage ». Ces services constituent le point de départ et le moteur pour des services plus larges et des engagements technologiques avec IBM.

« L'expérience d'entreprise est le principal moteur qui sous-tend tous les services business, de conseil technologique et de déploiement d'IBM iX », a déclaré Gerry Brown, directeur de recherche chez IDC European CX. « L'approche CX 'North Star' d'IBM iX contraste avec bon nombre de ses concurrents, pour lesquels la CX n'est qu'un élément de leurs prestations de services. Les acheteurs ayant une attitude proche de celle d'IBM concernant l'importance de l'expérience client dans les priorités business de l'entreprise devraient certainement envisager de faire appel aux services d'IBM iX. »

A propos d'IDC

International Data Corporation (IDC) est le premier groupe mondial de conseil, d'études et d'événementiels sur les marchés des technologies de l'information, des télécommunications et des technologies grand public. IDC aide les professionnels de l'informatique, les responsables en entreprise et la communauté des investisseurs à prendre des décisions basées sur des données factuelles concernant les achats de technologies et la stratégie métier. Plus de 1100 analystes répartis dans plus de 110 pays apportent une expertise internationale, régionale et locale sur les opportunités technologiques et industrielles. Depuis 50 ans, IDC crée de la valeur au travers de contenu stratégique et aide ses clients à atteindre leurs objectifs. IDC est une filiale de la société IDG, leader mondial sur le marché des médias de la recherche et des événementiels dédiés aux technologies.

IDC Royaume-Uni

IDC Royaume-Uni
5th Floor, Ealing Cross,
85 Uxbridge Road
Londres
W5 5TH, Royaume-Uni
44.208.987.7100
Twitter: @IDC
idc-community.com
www.idc.com

Avis de droits d'auteur

Ce document de recherche d'IDC a été publié dans le cadre d'un service de renseignement continu d'IDC, fournissant des recherches écrites, des interactions avec des analystes, des téléconférences et des conférences. Visitez www.idc.com pour en savoir plus sur les services d'abonnement et de conseil IDC. Pour consulter la liste des bureaux IDC dans le monde, visitez le site www.idc.com/offices. Veuillez contacter la hotline IDC au 800.343.4952, poste 7988 (ou +1.508.988.7988) ou sales@idc.com pour plus d'informations sur l'application du prix de ce document à l'achat d'un service IDC ou pour des informations sur des copies supplémentaires ou des droits Web.

Copyright 2020 IDC. Reproduction interdite, sauf autorisation. All rights reserved.

