

Stratégie IBM Software

Innovation et création de valeur

La mondialisation, couplée à l'utilisation massive des réseaux, bouscule le modèle traditionnel des entreprises qui doivent dorénavant façonner leur stratégie, leur gestion et leurs activités à l'échelle de la planète. Cette mutation fondamentale exige que l'entreprise dispose de technologies et de processus standardisés partout dans le monde.

Pour aider les entreprises de toutes tailles à relever les défis économiques les plus complexes, IBM Software travaille sur les axes de croissance suivants :

- **Développer constamment de véritables solutions intégrées** répondant aux grandes problématiques de ses clients, notamment par le support de bout en bout des processus métier et IT.
- **Apporter davantage de valeur aux middlewares** en fournissant des capacités logicielles supportant les besoins métier de ses clients.

- **Se différencier par une politique soutenue d'innovation** grâce aux équipes de Recherche et Développement (IBM Software est à l'origine d'environ 40% des 5896 brevets déposés aux USA par IBM en 2010).
- **Décliner l'offre logicielle par secteur économique** à l'aide des solutions sectorielles, en supportant des formats de message, des protocoles, des modèles de données ou bien encore des processus spécifiques à chaque secteur.
- **Faciliter l'acquisition et le déploiement des offres IBM** variant les modèles de livraison et de consommation :
 - les licences logicielles, qui étaient jusqu'à présent notre mode unique de commercialisation,
 - les appliances qui associent boîtiers logiciels et matériels préconfigurés et dédiés (par exemple Websphere Datapower),
 - le Cloud computing (par exemple l'offre de Web conférence Sametime Unyte, dans laquelle le logiciel est en ligne et facturé à l'utilisation).

- **Conquérir de nouveaux marchés**, s'adresser à de nouveaux clients par une politique d'acquisition soutenue. IBM Software a poursuivi en 2010 sa stratégie de croissance externe avec les acquisitions des sociétés : Initiate systems, Intelliden, Castiron, Sterling Commerce, Coremetrics, Bigfix, Datacap, Unica, Open Pages, Netezza, PSS systems, Clarity Systems.

Pour accélérer la croissance de ses clients et correspondre au mieux aux attentes du marché, IBM Software a regroupé l'ensemble de ses offres logicielles et marques autour de domaines d'applications, destinés à générer davantage de valeur et faciliter l'innovation.
