

ENTRETIEN AVEC CRAIG RHINEHART

Eric Green

Bonjour. Je suis heureux de vous présenter une nouvelle série de baladodiffusions produites par le groupe Logiciels IBM qui étudie sous tous leurs angles les défis que les directions des TI et le personnel professionnel ont à relever aujourd'hui. Je m'appelle Eric Green et je m'entretiendrai avec des experts pour explorer de nouveaux exemples, perspectives et approches susceptibles de vous aider à relever ces défis et à vous présenter les possibilités des logiciels plus intelligents d'IBM. Allons-y.

Bon retour à notre émission et à la dernière partie de deux baladodiffusions traitant de la gestion de contenus d'entreprise avec Craig Rhinehart, directeur de la stratégie ECM et du développement de marché pour IBM. Craig, je crois que nous nous sommes laissés en discutant de la gestion avancée de cas; je vous propose donc de passer à la gouvernance du cycle de vie et à vos idées sur cette question.

Craig Rhinehart:

Oui, avec plaisir. Passons à ce sujet. Il s'agit d'un de mes sujets préférés, parce que parfois je dis à la blague que personne ne veut faire de gouvernance, mais que tous sont obligés d'en faire quand même. En réalité, il y a maintenant tellement d'occasions de faire des économies, tout en réduisant les risques, que nous voyons des organisations faire d'énormes efforts dans ce sens; les dirigeants ont changé de mentalité, ils veulent faire de la gouvernance et pas parce qu'ils y sont obligés. Et voici pourquoi. Vous savez, je l'ai déjà dit, 90 % des informations sont sous forme numérique et 95 % ont une date d'échéance. Le problème, c'est que la plupart des organisations ignorent cette date d'échéance et conservent toutes leurs données indéfiniment; le modèle a donc échoué. Le modèle de tout garder ad vitam aeternam a échoué. Pourquoi? Parce que la quantité d'informations est en hausse, mais pas les budgets.

Les informations vont être multipliées par un facteur de 44 d'ici l'an 2020. La plupart des budgets TI sont gelés ou en décroissance. On se retrouve perdant sur toute la ligne. C'est un problème de mathématique. La plupart des organisations consacrent la plus grande partie de leur budget, plus de 80 %, à des projets existants, et elles n'ont pas d'argent disponible pour des projets qui pourraient être utilisés pour obtenir des avantages d'affaires. Si les informations continuent d'exploser, alors ces 80 % vont continuer à croître et éventuellement vous devrez y consacrer tout votre budget, simplement pour garder vos systèmes en état opérationnel.

Alors quelle est la réponse? Je peux vous dire qu'une des réponses, c'est la gouvernance du cycle de vie. Car si nous comprenons les informations dont nous disposons, et leur durée de vie, et que nous savons quand il faut disposer de ces informations et que nous le faisons de façon responsable. Et bien, nous pourrions alors reprendre le contrôle de notre infrastructure. Nous pourrions alors contrer ce problème associé à la croissance des informations. Il s'agit donc d'une occasion stimulante. De nos jours, il y a quatre domaines dans lesquels nous aidons les clients. Le premier s'appelle "Smart Archive" ou archive intelligente qui nous aide à identifier dans leur durée de vie les informations non utilisées, mais que nous devons conserver; nous pouvons déplacer ces informations vers une infrastructure moins chère. Il n'est pas nécessaire de garder toutes nos informations dans notre infrastructure la plus coûteuse. Nous pouvons faire des économies en transférant les éléments inactifs dans des environnements abordables. On procède ainsi avec les courriels, les fichiers, les environnements de collaboration, SAP, les systèmes de données structurées et toute autre forme d'information.

Le deuxième domaine, c'est la gestion de la découverte électronique qui aide nos collègues dans les services juridiques. Lorsque nous faisons l'objet d'une poursuite, nous avons l'obligation de conserver toutes nos informations. Ceci déclenche un ensemble de processus et de coûts que nous devons gérer avec plus de rigueur et de discipline que jamais. La découverte électronique est le coût le moins bien contrôlé dans les grandes entreprises aux États-Unis de nos jours, et ce coût augmente de façon proportionnelle aux actions en justice. Alors mieux contrôler ces processus et mieux gérer nos informations lorsque nous sommes menacés de poursuites, tout ceci constitue une occasion de réduire nos frais juridiques. Particulièrement lorsque vous considérez le fait que plus de 70 % des informations dont nous disposons aujourd'hui – selon un sondage CGOC récent, ont déjà dépassé leur date de péremption, et ceci m'amène aux deux derniers domaines : la conservation et l'élimination. Si nous savons quand il nous faut éliminer

certaines informations, alors pourquoi diable ne le faisons nous pas. Il n'y a aucune raison de ne pas le faire. Alors les troisième et quatrième domaines dans lesquels nous aidons les clients ce sont la gestion des dossiers et la gestion de la conservation; ici nous nous assurons que toutes les informations sont soumises à la bonne politique de conservation de sorte que lorsque nous éliminons ces informations, nous le faisons de manière responsable. Il s'agit d'une occasion idéale de réduire les risques, particulièrement les risques juridiques, sans oublier la diminution des coûts.

Prenons l'exemple du Thomas Miller Group, une compagnie d'assurance qui a réduit ses coûts de stockage de 60 % et je parle uniquement des coûts de stockage liés aux courriels. Cette compagnie s'est concentrée sur la conservation et l'archivage des courriels et ceci a permis d'économiser 60 % en coûts de stockage, tout en réduisant l'espace de stockage requis. La compagnie archive plus de 30 000 courriels par jour. Ces économies sont liées à la taille de l'entreprise, plus celle-ci est grande, plus les économies le sont également. Et ceci n'est qu'un exemple des avantages de la gouvernance du cycle de vie des informations, du point de vue des coûts et des risques.

Eric Green

C'est ici également que les agences de réglementation interviennent, les HIPAA et autres règlements, n'est-ce pas?

Craig Rhinehart:

Et bien pendant la durée de vie des informations, il y a toutes sortes de contraintes, qu'il s'agisse de la protection de la vie privée ou encore de situations juridiques, et vous n'avez pas le contrôle sur ces contraintes et cela rend encore plus difficile la conservation des informations. Comme par exemple HIPAA et Sarbanes-Oxley, des règlements très restrictifs. Il faut donc commencer par gérer correctement les informations ce qui simplifie tout ce qui se trouve en aval, comme les normes de conformité. C'est la stratégie du "mieux vaut prévenir que guérir".

Eric Green

Tout à fait vrai. Passons maintenant à l'analytique de contenus, qu'en est-il exactement?

Craig Rhinehart:

Et bien, il s'agit d'un domaine passionnant, qui touche des innovations très intéressantes élaborées récemment par IBM dans le cadre du projet Watson; plusieurs d'entre vous sont déjà au courant, IBM a construit un système informatique spécialisé dans les questions et réponse et nous l'avons testé dans le jeu télévisé Jeopardy. N'ayez crainte, nous n'allons pas nous joindre au circuit des jeux télévisés, mais quand on y pense, toutes ces informations sont non structurées au départ, et toute la croissance prévue viendra de ces données non structurées, tout ce qui provient du contenu social, les médias sociaux.

Il nous faut de meilleurs outils et méthodes pour comprendre toutes ces informations non structurées. De nos jours, il y a de nombreux outils pour l'analyse des données structurées. Il y a beaucoup de fonctions d'intelligence d'entreprise et d'analytique commerciale, mais il nous faut mieux comprendre les informations non structurées. Pourquoi? Et bien, par exemple, un cinq est un cinq en termes de données structurées. Nous savons ce que cela signifie, nous n'avons pas besoin d'y réfléchir, nous savons que c'est la moitié de dix. C'est entièrement défini, sans aucune ambiguïté. Les informations non structurées représentent un problème tout à fait différent. Si j'utilise le terme "majeur", certains d'entre vous penseront qu'il s'agit d'une référence à la musique, d'autres qu'il s'agit d'une spécialisation dans un programme universitaire, et enfin d'autres verrons un adjectif, comme si je disais : une "rénovation majeure" dans une maison. Ce que je veux dire, c'est que les informations non structurées sont beaucoup plus reliées à la conversation, notre intuition, car comme êtres humains, nous parlons et communiquons en utilisant des jeux de mot, de l'argot, des références à la culture populaire, des expressions idiomatiques, des acronymes, des abréviations et ainsi de suite. Et les ordinateurs ont beaucoup de difficulté à comprendre des informations non structurées.

Alors, c'est pourquoi IBM a fait des investissements en recherche et a révolutionné le monde avec Watson. Et ce qu'il faut souligner du point de vue d'ECM, le cinquième et dernier domaine d'intérêt, c'est qu'une partie de la technologie se trouvant à l'intérieur de Watson est déjà disponible aujourd'hui dans notre produit IBM Content Analytics. Il s'agit de fonctionnalités que nous commercialisons et vendons aujourd'hui pour nos clients qui ont toutes ces informations non structurées et qui veulent mieux les comprendre. En termes simples, vous pouvez penser à cela comme de

l'intelligence d'entreprise pour les contenus. Pensez à un centre d'appels, les préposés prennent des notes sur les conversations, celles-ci sont enregistrées, mais vous voulez savoir ce que le client a dit et comment il le dit. Les vrais informations se trouvent dans les notes non structurées de l'appel, ou dans ce que le client dit, ou ce que le client écrit dans les médias sociaux ou sur le Web.

C'est la partie que nous ne comprenons pas que nous devons comprendre. Dans la lutte contre le crime, les policiers scrutent des milliers de rapports d'enquête afin de chercher des motifs et corrélations et d'identifier les modes opératoires de criminels et ainsi de prévoir ce qui pourrait survenir. Prenez les assureurs, ceux-ci utilisent beaucoup d'informations non structurées dans le processus de réclamation. Il vaut mieux identifier les réclamations frauduleuses avant qu'elles ne soient payées, plutôt qu'après. Alors le produit IBM Content Analytics dans ce cinquième domaine est fort important, parce qu'il nous permet de libérer la valeur de tout ce contenu. Nous pouvons maintenant transformer ces informations en connaissances éclairées. J'ai parlé d'un centre d'appels un peu plus tôt. Nous avons un client, une grande entreprise de télécommunications au Japon, qui était un de nos premiers clients pour ce produit il y a quelques années. Et bien, cette entreprise a réussi à réduire la prise en charge de ses appels de clients de l'ordre de 92 %; ceci représente des économies vraiment incroyables. Mais fait plus important, ce que cette entreprise a appris à travers toutes ces interactions sur des canaux de communication différents, c'est ce que ses clients voulaient vraiment.

L'entreprise a donc introduit de nouveaux forfaits et combinaisons de services. Elle a initié un programme de points, et tout cela à partir des informations qu'elle a pu transformer en connaissances éclairées, grâce à l'analytique de contenus. Alors oui, je suis fort excité par ce domaine, non seulement parce que la percée de Watson est sensationnelle, mais aussi parce qu'il s'agit de la bonne direction pour nous, et que les clients ont la possibilité d'utiliser dès aujourd'hui la technologie de l'analytique avancée pour toutes leurs informations non structurées, ces mêmes informations qui composent les 4/5 de tout ce qui se trouve dans leur entreprise.

Eric Green

Et bien voilà des informations très intéressantes pour notre auditoire; malheureusement, c'est tout le temps dont nous disposons aujourd'hui, alors merci beaucoup Craig de vous être joint à nous.

Craig Rhinehart:

De rien Eric. J'espère ne pas être allé trop vite ou avoir fourni trop de renseignements, mais vous savez il s'agit d'un sujet très vaste et vraiment stimulant. Après tout, cela représente 4/5 de toutes nos informations et nous sommes très stimulés par ce que nous faisons dans ce domaine. En fait, nous sommes encore plus excités par ce que nos clients font avec nos solutions.

Eric Green

Merci d'avoir écouté cette baladodiffusion en deux parties sur la gestion de contenus d'entreprise.

Merci d'avoir écouté. N'hésitez pas à visiter le site IBM.com/software/ca/fr/ pour entrer en contact avec des experts, poursuivre cet entretien ou obtenir des informations sur les logiciels plus intelligents proposés par IBM. Bâtissons une planète plus intelligente.